

**PERAN YOUTUBE DALAM MENYAJIKAN INFORMASI MUSIK
KOREA TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN
ALAUDDIN MAKASSAR**



Skripsi

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos) Jurusan Ilmu Komunikasi
pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

LILY FADHLIAH SAFITRAH MAMBANI

50700110033

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN ALAUDDIN MAKASSAR
2014**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lily Fadhlih Safitrah M
NIM : 50700110033
Tempat/Tanggal Lahir : Selayar, 31 Maret 1992
Jur/Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi
Fakultas/Program : Dakwah dan Komunikasi/S1
Alamat : Perumahan Puri Diva Istanbul Pao-pao Gowa
Judul : Peran Youtube Dalam Menyajikan Informasi Musik
Korea Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN
Alauddin Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 3 Juli 2014

Penyusun

Lily Fadhlih Safitrah M

NIM: 50700110033

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan proposal skripsi Saudara **Lily Fadhlih Safitrah M**, NIM: 50700110033, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama proposal skripsi berjudul, “Peran Youtube Dalam Menyajikan Informasi Musik Korea Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar”, memandang bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Makassar, 27 Juni 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Irwanti Said, M.Pd.
NIP. 19650223 199303 2 001

Dra. St. Aisyah BM., M.Sos.I.
NIP. 19690823 199403 2 001

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “Peran Youtube dalam Menyajikan Informasi Musik Korea Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar”, yang disusun oleh Lily fadhliah Safitrah M, NIM: 50700110033, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 22 Juli 2014 Masehi, bertepatan dengan 24 Ramadhan 1435 Hijriyah, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Jurusan Ilmu Komunikasi (dengan beberapa perbaikan).

Makassar, 8 Juli 2014
6 Ramadhan 1435 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Nurhidayat Muh.Said, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Dra. Audah Mannan, M.Ag	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Hasaruddin, M.Ag	(.....)
Munaqisy II	: M.Bisry, M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Drs. H. Syamsul Bahiri, M.Si	(.....)
Pembimbing II	: Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si	(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar,

Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag

NIP. 19540915 198703 2 001

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji syukur kepada Tuhan Semesta Alam, Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul: Peran Youtube dalam Menyajikan Informasi Musik Korea terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar. Shalawat dan taslim semoga selalu tercurah kepada suri tauladan kita pada segala aspek kehidupan yakni Rasulullah Muhammad Saw.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan S1 (Strata 1). Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. A. Qadir Gassing HT, M.S, selaku Rektor UIN Alauddin Makassar, Wakil Rektor serta seluruh staf UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, serta Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
3. Drs. H. Syamsul Bahri, M.si, dan Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si, selaku pembimbing I dan II yang selalu meluangkan waktu dan tak pernah bosan mengarahkan serta membimbing penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.

4. Ramsiah Tasruddin, S.Ag, M.Si dan Dra. Audah Mannan, M.Ag, selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi. Dengan segenap rasa tulus memberikan kontribusi selama penulis menempuh kuliah berupa ilmu, motivasi, nasihat serta pelayanan sampai penulis dapat menyelesaikan kuliah.
5. Dr Hasaruddin, M.Ag dan Muh Bisyri, S.K selaku penguji I dan II yang telah mengoreksi dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
6. Kedua orang tua penulis ayahanda H. Dg. Mambani. Spd,M.M yang mengajarkan sifat rendah diri dan tak bosan menasihati penulis untuk setiap keluhan dalam hidup penulis. Teristimewa untuk ummi Hj. Nursyamsi, S.Pd yang merupakan madrasah pertama penulis dalam menapaki hidup. Beliau senantiasa memberikan kasih sayang dan harapan besar bagi penulis. Motivasi, nasihat, doa, serta cintanya adalah kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kedua orang ini tak pernah bosan mengajarkan kepada penulis untuk selalu mempercayai Tuhan dalam kondisi apapun. Tak lupa kepada satu satunya dan yang paling tersayang adik tercinta Yunishar Amelia Rahmah Mambani yang kehadirannya selalu memberikan warna, keceriaan, dan kenyamanan bagi penulis.
7. Para informan dalam penelitian skripsi ini yang merupakan mahasiswa UIN Alauddin Makassar yang bersedia menyisihkan waktu luangnya untuk membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsinya. Tak lupa ucapan terima kasih kepada adinda Kamariah mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN yang dengan tulus dan ikhlas membantu penulis dalam mencari informan yang cocok untuk penelitian skripsi ini.
8. Saudara saudari seperjuangan, senior dan junior jurusan ilmu komunikasi 2010 dan sahabat sahabat terbaik yang sudah hadir dan turut membantu

penulis Dwi Cahya Ramadani, Ita Aprini, Fadhillah SM, Nurjayanti Takwa,
kak Nur Ichsan dan kak Shalahuddin Ismail.

Akhirnya, hanya kepada Allah SWT kami memohon dan berserah diri semoga
melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 8 Juli 2014

Penyusun

Lily Fadhlih Safitrah M

NIM: 50700110033



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus	7
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan.....	13
BAB II TINJAUAN TEORITIS	
A. Komunikasi	15
B. Media Massa	19

C. Identitas diri penggemar musik Korea	20
---	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Metode Pengumpulan Data	37
D. Instrumen Penelitian.....	39
E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	39
F. Pengujian Keabsahan Data.....	41

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian.....	43
B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	46
C. Peran Youtube dalam Memberikan Informasi Musik Korea terhadap Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.....	49
D. Informasi Musik Korea di Youtube terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makssar sebagai Penggemar Musik Korea	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89

KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	g	ge

ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wau	w	we
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

B. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	<i>fathah</i> dan <i>ya</i>	ai	a dan i
وَ	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ... آ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	a>	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	i>	i dan garis di atas
ؤ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	u>	u dan garis di atas

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

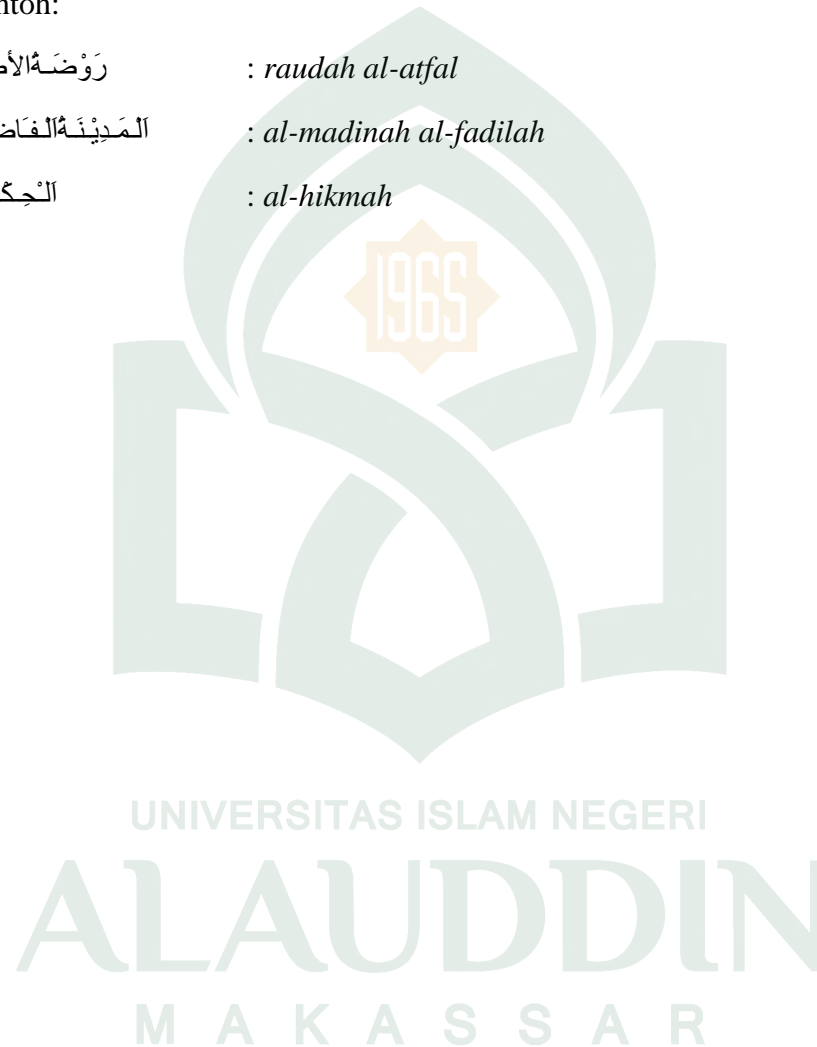
: *raudah al-atfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

: *al-madinah al-fadilah*

الْحِكْمَةُ

: *al-hikmah*



ABSTRAK

Nama : Lily Fadhliah Safitrah Mambani
Nim : 50700110033
Judul : PERAN *YOUTUBE* DALAM MENYAJIKAN INFORMASI MUSIK KOREA TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN ALAUDDIN MAKASSAR

Penelitian ini mengkaji tentang peran youtube dalam memberikan informasi musik Korea terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui peran *Youtube* terhadap memberikan informasi penyebarluasan musik pop Korea pada mahasiswa UIN Alauddin Makassar. 2) Untuk mengetahui dampak perkembangan musik pop Korea pada *Youtube* dalam mempengaruhi gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Orientasi penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam serta observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Analisis mikro, meso, dan makro. Analisis pada level mikro yaitu menganalisis peran *Youtube* sebagai media awal bagi informan dalam mengkonsumsi tayangan musik Korea. Analisis pada level meso yaitu menganalisis penggemar musik Korea sebagai sebuah sub-kultur yang menciptakan suatu fanatisme terhadap budaya pop Korea. Analisis pada level makro yaitu menganalisis bagaimana cara anggota sub-kultur budaya pop Korea (musik Korea) mengkonsumsi musik Korea dalam lingkungan sosialnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Ternyata *Youtube* sebagai media massa dalam memberikan informasi musik Korea sangat besar, media *Youtube* bukan hanya mampu memberikan informasi musik Korea tapi segala hal yang menyangkut dengan budaya populer Korea dapat ditemukan di *Youtube*. 2) Kehadiran *Youtube* sebagai media yang cepat, lengkap dan mudah bagi para penggemar musik Korea memudahkan para penggemar untuk senantiasa mengakses informasi tentang musik Korea bahkan budaya pop korea lainnya di *Youtube*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media Massa merupakan alat penyampai pesan dari komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan proses di mana komunikator menggunakan media massa untuk menyebarkan pesan-pesan secara luas dan terus menerus, menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat memengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan berbagai cara. Seiring dengan perkembangan teknologi, media massa saat ini semakin tumbuh dan berkembang. Tanpa disadari, sekarang ini media massa memiliki pengaruh yang besar terhadap gaya hidup masyarakat. Dalam buku *Media Massa dan Masyarakat Modern*, dituliskan media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari orang Amerika pada umumnya, sehingga mereka sulit membayangkan hidup tanpa media, tanpa koran pagi, tanpa majalah *Time*, tanpa komik atau tanpa televisi dengan para bintang film yang memukau seperti *the beatles* dan lain lain.¹

Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Melalui media massa yang semakin berkembang memungkinkan informasi dengan mudah berkembang di masyarakat. Sehingga mempengaruhi gaya hidup, cara pandang, dan budaya masyarakat tersebut. Maka tidak salah jika Denis Mcquail menuliskan bahwa media massa merupakan salah satu sarana untuk pengembangan kebudayaan, bukan hanya budaya dalam pengertian seni dan simbol tetapi juga dalam pengertian pengembangan tata-cara,

¹William L. Rivers, dkk., *Media Massa & Masyarakat Modern* (Jakarta; Kencana, 2003), h.24.

mode, gaya hidup, dan norma-norma.² Budaya yang diartikan dennis mcquail sebagai pengembangan tata-cara, mode, gaya hidup, norma-norma diartikan sebagai Budaya Populer. *Raymond William* dalam *Storey, Teori Budaya dan Budaya Pop* menjelaskan bahwa terdapat empat makna tentang istilah Populer yakni banyak disukai orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang dan budaya yang memang dibuat untuk dirinya sendiri.³ Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. *Storey* dalam bukunya *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop* mengklasifikasikan bentuk-bentuk Budaya populer yakni Televisi, Fiksi, Film, Surat kabar dan Majalah, Musik Pop dan Konsumsi sehari-hari kedalam beberapa Bab bukunya.

Salah satu karakter budaya massa dalam komunikasi massa adalah Non-Tradisional yaitu, umumnya komunikasi massa berkaitan erat dengan budaya populer. Budaya ini lebih cenderung menonjolkan kepopulerannya.⁴ Salah satu bentuk media massa adalah Media sosial Youtube (Internet) dimana situs video Youtube saat ini merupakan cara baru dengan *instant* untuk mencapai sebuah kepopuleran. Beberapa jenis budaya populer yang dapat diakses di Youtube seperti Musik Korea. Pada abad ke 21 ini musik telah menjadi salah satu komoditas penting yang memiliki nilai. Di Indonesia sekarang ini jenis musik yang sedang pesat perkembangannya adalah Musik Korea (*Kpop*). Keunikan Musik Korea dengan jenis

²Achmad Syaiful Huda, "Makalah Pengaruh Media Massa Terhadap Gaya Hidup", *Ayo Belajar Bersama*. <http://ancheaep.blogspot.com/2013/05/makalah-pengaruh-media-massa-terhadap.html> (5 Februari 2014).

³John Storey, *Teori Budaya dan Budaya Pop* (Yogyakarta; Qalam,2004), h.2-3.

⁴Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta; Prenada Media Group, 2006),h.77-78.

musik populer lainnya, dijelaskan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Mari Elka Pangestu yang menyebut Korea berhasil membangun industri kreatifnya dan menjadi konsumsi dunia. Meskipun lagu popnya setia menggunakan lirik bahasa Korea namun *Kpop* mudah diterima di Negara lain. Ini dikarenakan musiknya yang ringan, mudah dinikmati semua orang. Oleh karena itu *Kpop* dalam waktu singkat mampu menciptakan penggemar fanatik khususnya Asia termasuk di Indonesia.⁵

Salah satu keberhasilan Korea di dunia internasional adalah merebaknya fenomena *Korean Wave* dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai gelombang Korea.

“the Korean Wave is phenomenon sweeping through Southeast Asia, China, and Japan. Intensified by sudden surge in Korea’s national image brought on by the 2002 FIFA World cup, the Korean Wave started with the rising popularity of Korean pop stars overseas. More recently it extended to a boom in Korea – made TV dramas and movies and others “
(Dynamic Korea, Korea National Tourism Organization, 200 : 17)

Gelombang budaya pop Korea merupakan fenomena yang menyebar di kawasan Asia Tenggara, Cina, dan Jepang. Citra Negara Korea semakin meningkat karena festival Piala Dunia 2002. Gelombang ini dimulai dengan peningkatan popularitas bintang pop Korea di luar negeri yang dalam masyarakat dunia untuk lebih mengenal lagi budaya Korea.

(Dynamic Korea, Korea National Tourism Organization, 200 : 17)

Fenomena gelombang Korea ini berhasil mendapatkan sambutan yang baik dari berbagai Negara khususnya Negara Asia tak terkecuali Indonesia. Salah satu fenomena gelombang Korea yaitu musik Korea dikalangan remaja Indonesia. Saat ini remaja bukan hanya menggemari musiknya tetapi sudah merambah ke berbagai produk budaya Korea, mulai dari Film, Fashion, hingga gaya hidup semakin sering diadaptasi sebagian masyarakat terutama kalangan anak muda. Fenomena tersebut

⁵Pingkan Elita Dundu, “*Terlena Pusaran Korean Wave*”, *Kompas*, 26 Oktober 2013.

tidak terjadi dengan sendirinya. Pemerintah Korea melalui Kementerian Budaya Korea Selatan pada tahun 2000 mengeluarkan “*Cultural Policy*” yang mendukung industri kreatif Negara. Industri film dan musik dikelola dan dibuat untuk memperkenalkan budaya Korea ke dunia luar. Selain itu Pemerintah juga memberlakukan pajak rendah bagi film lokal dan bantuan dana untuk produksi film yang mengusung dana budaya Korea.⁶ Kim Hyun-ki, Direktur Pusat Kebudayaan Korea di Jakarta menceritakan bahwa sekitar 20 tahun lalu Pemerintah Korea memberikan beasiswa besar-besaran kepada artis dari berbagai bidang seni untuk belajar di AS dan Eropa hasilnya seni *Kpop* pun berkembang. Kini industri tersebut digerakkan sepenuhnya oleh pihak swasta. Terdapat ratusan rumah produksi yang setiap tahun mencetak banyak artis *Kpop*.⁷ Pemerintah Korea selatan jelas sadar dan tahu bahwa Media social Youtube adalah sebuah ‘lahan’ yang bagus untuk penyebarluasan Musik Korea.

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi besar di Indonesia tidak dipungkiri terimbas dampak dari demam korea yang melanda Indonesia. Remaja Makassar saat ini senang “menggandrungi” budaya populer korea terkhusus dengan *KPop*. Di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, mahasiswa yang menuntut ilmu didominasi dari berbagai daerah (kabupaten) di Sulawesi Selatan. Sebagian mahasiswa yang menyukai *KPop* dari berbagai disiplin ilmu dan tingkatan semester. Dalam kesehariannya di kampus, mahasiswa yang menyukai Musik Korea biasanya menggunakan fasilitas kampus seperti Wi-fi untuk mengakses informasi dan berita idola favoritnya melalui situs Youtube, mengunduh album paling baru idolanya atau

⁶Budi Suwarna, “*Gelombang Korea Menerjang Dunia*”, 15 Januari 2012

⁷Budi Suwarna, “*Gelombang Korea Menerjang Dunia*”, 15 Januari 2012

sekedar mengecek siapa jawara minggu ini di tangga lagu Musik Korea. Bukan hanya tentang musik tapi fashion yang sering digunakan idolanya, tak jarang mereka mengikutinya.

Mahasiswa yang menyukai Musik Korea biasanya memiliki kebiasaan-kebiasaan tersendiri seperti bergabung dalam komunitas pencinta Musik Korea baik dalam kehidupan nyata ataupun melalui jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter serta rutin mengadakan pertemuan sesama fans. Dalam keseharian para penggemar, menyelipkan istilah-istilah umum dalam bahasa Korea. Seperti *oppa*, *onnie*, *yeobseo*, *gomawo*, *saranghae*. Adapula yang mempelajari bahasa Korea baik secara *otodidaks* atau kursus bahasa Korea. Tidak mengherankan jika di Kota Makassar sudah bisa ditemukan beberapa tempat Kursus Bahasa Korea seperti Pusat pendidikan Bahasa Korea dan Jepang di Jalan Adyaksa Makassar dan Pusat pengembangan Bahasa Korea di Jalan AP.Pettarani. Tak ketinggalan pula, segala atribut yang berlabel Korea menarik minat mereka, mulai dari produk-produk elektronik, alat *make-up*, *fashion*, restoran makanan khas Korea, festival budaya Korea yang semakin gencar diadakan di kota Makassar. Mereka berusaha untuk menunjukkan identitas ke-Korea-an mereka lewat produk-produk yang mereka gunakan.

Pengaruh yang timbul pada anak muda/Mahasiswa yaitu mulai ditemui penggemar *Kpop* yang melakukan sikap imitasi terhadap budaya Korea tersebut, mulai dari gaya rambut, model pakaian, aksesoris sampai pola hidup dan cara berinteraksi dengan teman sebaya.

Allah Swt berfirman dalam QS An Nisaa'/04: 65.

فَلَا وَرَبِّكَ لَا يُؤْمِنُونَ حَتَّىٰ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لَا يَجِدُوا فِي
أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيمًا ﴿٦٥﴾

Terjemahnya :

Maka demi Tuhanmu, mereka (pada hakekatnya) tidak beriman hingga mereka menjadikan kamu hakim terhadap perkara yang mereka perselisihkan, kemudian mereka tidak merasa dalam hati mereka sesuatu keberatan terhadap putusan yang kamu berikan, dan mereka menerima dengan sepenuhnya.⁸

Sah-sah saja menyukai musik pop korea. Karena mendengarkan musik dalam islam sendiri hukumnya mubah, boleh dilakukan selama tidak terdapat perkara yang menjadikannya haram. Misalnya mendengarkan musik sampai melalaikan shalat, liriknya mengarah kepada pemujaan terhadap lawan jenis dan mengandung kemusyrikan, maka aktivitas mendnegarkan musik yang di lakukan menjadi aktivitas yang haram. Yang menjadi masalah dalam kasus ini adalah jika para penggemar mulai mengidolakan para penyanyinya hingga semua yang berkaitan dengan mereka diikuti dari penampilan hingga gaya hidup mereka.

Q.S Al-Munafiqun/63 :4.

وَإِذَا رَأَيْتَهُمْ تُعْجِبُكَ أَجْسَامُهُمْ ۖ وَإِنْ يَقُولُوا تَسْمَعُ لِقَوْلِهِمْ ۖ كَانَتْهُمْ حُشْبٌ
مُّسَنَّدَةٌ ۖ يَحْسَبُونَ كُلَّ صِحْحَةٍ عَلَيْهِمْ ۚ هُمُ الْعَدُوُّ فَاحْذَرْهُمْ ۚ قَتَلَهُمُ اللَّهُ ۖ أَنَّىٰ
يُؤْفَكُونَ ﴿٤﴾

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya* (Bandung: PT Cordoba Internasional Indonesia, 2012), h.88.

Terjemahnya :

Dan apabila kamu melihat mereka, tubuh-tubuh mereka menjadikan kamu kagum. dan jika mereka berkata kamu mendengarkan Perkataan mereka. mereka adalah seakan-akan kayu yang tersandar[1477]. mereka mengira bahwa tiap-tiap teriakan yang keras ditujukan kepada mereka. mereka Itulah musuh (yang sebenarnya) Maka waspadalah terhadap mereka; semoga Allah membinasakan mereka. Bagaimanakah mereka sampai dipalingkan (dari kebenaran).⁹

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Youtube* memberikan informasi Musik Korea pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar ?
2. Bagaimana dampak informasi musik Korea di *Youtube* terhadap gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar sebagai penggemar musik Korea?

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Penelitian ini berfokus pada studi media khususnya dalam penyebaran budaya populer kepada khalayak. Media yang dimaksudkan disini adalah Media Internet dikhususkan pada situs Youtube yang merupakan bentuk media sosial di internet. Selain itu penelitian ini juga akan menguraikan bagaimana studi budaya memiliki peran atau turut andil dalam perubahan gaya hidup khalayak yang ‘mengkonsumsi budaya populer Korea (Kpop) melalui situs Youtube.

Berdasarkan pada fokus penelitian di atas, dapat diberikan deskripsi fokus yang dilihat dari substansi permasalahan dan substansi pendekatan bahwa penelitian ini dibatasi hanya membahas kepada peran youtube sebagai salah satu bentuk media massa dalam menyajikan informasi musik Korea yang secara langsung maupun tidak

⁹ Departemen Agama RI *Al-Qur'an Al Karim dan Terjemahannya*, h. 555.

langsung berpengaruh pada gaya hidup khalayak. Khalayak yang dimaksud disini adalah mahasiswa UIN alauddin Makassar, dimana mereka adalah penggemar musik Korea.

Youtube merupakan salah satu bentuk media massa di Internet. Youtube adalah situs web video sharing populer dimana penggunanya dapat menonton, memuat dan berbagi klip video secara gratis.

Musik Korea atau yang sering dinamakan oleh penggemarnya dengan sebutan Kpop merupakan jenis musik yang berasal dari Korea selatan. Musik Korea adalah salah satu produk budaya Korea yang memiliki penggemar di berbagai negara khususnya Asia. Di Indonesia, sikap fanatik dapat dilihat dari perilaku penggemarnya. Pada dasarnya kebanyakan penggemar hanya menyukai musiknya lalu kemudian merambah ke berbagai aspek, seperti Bahasa, makanan, cara berpakaian, barang elektronik dan yang paling baru adalah produk kecantikan asal korea semua itu kini laris di pasaran Indonesia. Apa yang menjadi fenomena gelombang Korea saat ini bukan menjadi suatu hal yang kebetulan, pemerintah Korea selatan secara sadar menciptakan berbagai macam komoditas untuk di ekspor ke luar negeri, salah satu caranya yaitu memperkenalkan dunia seni populer korea ke seluruh dunia, musik Korea adalah salah satunya.

Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Cara berpakaian, konsumsi makanan termasuk penggunaan zat- zat adiktif ,cara kerja dan bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur – unsur yang

membentuk gaya hidup¹⁰. Gaya hidup dipahami sebagai tata cara hidup yang mencerminkan sikap – sikap dan nilai dari seseorang.

D. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penulis adalah skripsi milik Nesya Amellita, Mahasiswa Bahasa dan Kebudayaan Korea Universitas Indonesia dengan judul skripsi Kebudayaan Populer Korea: Hallyu dan Perkembangannya di Indonesia. Peneliti dalam skripsi ini membahas tentang eksistensi Hallyu (gelombang budaya Populer Korea) di Indonesia. Dalam skripsinya peneliti menjelaskan bahwa Budaya Populer Korea mampu mendominasi menggeser budaya Populer lain yang sebelumnya pernah berkembang di Indonesia seperti Hollywood, Bollywood, Taiwan dan Jepang. Sehingga dalam penelitiannya peneliti menitikberatkan pada strategi pemasaran yang digunakan pemerintah korea untuk mempertahankan eksistensinya dalam persaingan global.¹¹ Skripsi peneliti jelas berbeda dengan skripsi penulis. Dalam Peran Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Musik Pop Korea dan Gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar, penulis menitikberatkan Peran dan Dampak penyerbarluasan media sosial Youtube dimana Musik Pop yang menjadi salah satu komoditas dalam situs Youtube memiliki pengaruh pada gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Penelitian kedua yang relevan dengan skripsi penulis adalah skripsi dengan judul Televisi dan Budaya POP (Studi Korelasi terpaan media televisi, Status

¹⁰Alfathri Adlin, ed., *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), h.36.

¹¹*Repository.ui.ac.id/*. (2 Februari 2014)

ekonomi dan tingkat religiusitas dengan persepsi terhadap Budaya Pop dikalangan Mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi UNS) milik Diyah Rachmawati N mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret. Dalam penelitiannya, Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana hubungan antar variabel dianalisis menggunakan studi/analisis korelasi. Peneliti menitikberatkan penelitiannya pada hubungan terpaan Media televisi, status ekonomi, tingkat religiusitas dengan persepsi terhadap budaya pop dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UNS.¹² Skripsi peneliti memiliki perbedaan dengan skripsi penulis. Dalam skripsinya, penulis mengedepankan perkembangan Musik Pop Korea di situs Youtube terhadap Gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Penelitian yang relevan selanjutnya adalah skripsi milik Windi Paskawati Suwarno Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana dengan judul skripsi Budaya Populer dan Gaya Hidup sebagai Komunikasi (Studi pada Komunitas WCC Korea lovers di Salatiga). Tujuan peneliti adalah menggambarkan identitas korea lovers sebagai komunikasi budaya yang terbentuk dari budaya pop dan gaya hidup para WCC Korea Lovers di Salatiga¹³. Peneliti juga mengangkat Budaya populer dan Gaya hidup sebagai poin penting dalam penelitiannya namun selain lokasi penelitian yang berbeda, teori yang digunakan sebagai pendekatan dalam mengarahkan hasil penelitiannya pun berbeda.

2. Literatur

¹²Dglib.uns.ac.id/ (2 Februari 2014)

¹³Repository.library.uksw.edu (2 Februari 2014)

Penulisan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa literatur yang relevan untuk mendukung penelitian ini. Beberapa referensi yang relevan dengan penelitian ini yaitu pertama buku karya Dra. Lukiati Komala, M.Si. Ilmu Komunikasi, perspektif, proses, dan konteks. Dalam bukunya dijelaskan bahwa proses komunikasi terbagi kedalam dua tahap yakni Primer dan Sekunder.

Proses primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau symbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiasan (gesture), isyarat, gambar, warna dan lainnya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran dan perasaan komunikator kepada komunikan. Proses sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media itu seperti Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, media online/internet.

Lasswell's Model (Model Lasswell) menyatakan bahwa cara terbaik untuk menerangkan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan : who says in which channel to whom with what effect (siapa yang mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Fungsi komunikasi menurut Lasswell adalah sebagai berikut :

*The surveillance of the environment (pengamatan lingkungan) the correlation of the parts of society in responding to the environment (korelasi kelompok-kelompok dalam masyarakat ketika menanggapi lingkungan). The transmission of the social heritage from one generation to the next (transmisi warisan sosial dari generasi yang satu ke generasi yang lain).*¹⁴

¹⁴ Dra. Lukiati Komala, M.Si, *Ilmu Komunikasi: Perspektif, Proses, dan Konteks* (Widya: Padjajaran, 2009), h. 93.

Referensi kedua yaitu buku Teori Komunikasi Massa oleh Dennis McQuail. Dalam bukunya dijelaskan bahwa internet merupakan salah satu media baru dalam revolusi komunikasi. Internet sebagai media memiliki ciri- ciri yakni teknologi yang berbasis computer, karakternya hibrida, tidak berdedikasi, dan fleksibel, potensi interaktif, fungsi public dan privat, peraturan yang tidak ketat, kesalingterhubungan, ada dimana-mana/tidak tergantung lokasi, dapat diakses individu sebagai komunikator serta media komunikasi massa dan pribadi.

Beragam media baru yang penyiarnya menggunakan kabel, satelit, atau jaringan telekomunikasi masih menunggu definisi yang jelas terhadap kebebasan politik mereka yang layak. Media baru yang utama ini adalah internet. Kebebasan dan control mungkin diakui sebagai hak privasi atau fakta bahwa ini merupakan media yang tidak mendiskriminasi distribusi massal, tetapi diantarkan kepada pengguna secara khusus. Internet terbuka bagi semua dan berimbang terutama untuk keperluan bisnis dan personal daripada masalah publik.

Referensi ketiga yaitu buku Psikologi Sosial karya DR. W.A. GERUNGAN, Dipl. Psych. Dalam bukunya dijelaskan bahwa menurut sarjana psikologi, Woodworth pada dasarnya terdapat empat jenis hubungan antara individu dengan lingkungannya. Individu dapat bertentangan dengan lingkungan, individu dapat berpartisipasi (ikut serta) dengan lingkungannya, dan individu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya.¹⁵

Referensi berikutnya adalah buku Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas oleh Alfathri Adlin, dalam bukunya menuliskan salah satu perbedaan antara manusia dengan binatang adalah manusia mampu melampaui kodrat biologis hidupnya

¹⁵ DR. W.A.Gerungan, Dipl. Psych, *Psikologi Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2010), h. 59.

(nutrisi, reproduksi) dengan menciptakan gaya yang tidak tunduk pada kemestian biologis. Manusia dapat menindik hidung dan bibirnya bukan untuk memenuhi kebutuhan biologisnya. Itulah awal mula budaya, saat manusia mampu menatah hidup melampaui yang factual. Budaya atau gaya hidup dapat dikatakan sebagai resistensi pada segala yang biologis. Resistensi pun lahir dari pembacaan dan penafsiran yang diwarnai latar belakang individu, kemudian diidentifikasi pada gaya hidup tertentu.

E. Tujuan dan Kegunaan

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui peran *Youtube* terhadap memberikan informasi penyebarluasan musik pop Korea pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.
- b. Untuk mengetahui dampak perkembangan Musik pop Korea pada *Youtube* dalam mempengaruhi gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

1. Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian media dan budaya.
2. Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

b. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merebaknya budaya pop melalui media massa dan cara menghadapinya.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang gaya hidup penggemar budaya pop Korea.



BAB 2

TINJAUAN TEORITIS

A. Komunikasi

1. Defenisi Komunikasi

Salah satu persoalan dalam memberi pengertian komunikasi yakni banyaknya defenisi yang telah dibuat oleh para pakar menurut bidang ilmunya. Hal ini disebabkan karena banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi. Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *Communico* yang artinya membagi.¹⁴

Komunikasi suatu interaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antarsesama melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.¹⁵

Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku. Defenisi ini kemudian dikembangkan menjadi komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran dengan satu sama dan lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.¹⁶

¹⁴Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), h. 17.

¹⁵Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 18-19.

¹⁶Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 19.

Menurut Breleson, Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya, dengan menggunakan symbol-simbol dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itu lah yang biasa disebut komunikasi.¹⁷

Dalam Kamus Psikologi (Dictionary of Behavioral Science) menyebutkan enam pengertian komunikasi, yaitu :

1. Penyampaian perubahan energi dari suatu tempat ke tempat yang lain seperti dalam system syaraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.
2. Penyampaian/penerimaan signal/pesan oleh organism.
3. Pesan yang disampaikan.
4. Proses yang dilakukan satu system untuk mempengaruhi system yang lain melalui pengaturan-pengaturan sinyal yang disampaikan.
5. Pengaruh satu wilayah persona pada persona yang lain, sehingga perubahan dalam satu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah yang lain.
6. Pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.¹⁸

Wilbur Schramm, seorang Guru Besar Ilmu Komunikasi berlatar belakang pendidikan sastra inggris dan menjadi penulis kenamaan dalam bidang komunikasi menurutkan pengertian komunikasi. Menurutnya komunikasi berasal dari bahasa latin, Commun. Bila kita megadakan komunikasi itu artinya kita sedang mencoba untuk membentuk persamaan dengan orang lain, yakni kita mencoba membagi informasi, ide atau suatu sikap.¹⁹

¹⁷ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 17.

¹⁸ Dra.Lukiati Komala,Msi., *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, h.74-75.

¹⁹ Dra.Lukiati Komala,Msi., *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, h.23.

Dalam kamus Oxford Dictionary, *communication is the sending or exchange of information, idea, etc* dalam bahasa Indonesia diartikan komunikasi adalah pengiriman atau tukar menukar informasi, ide, dan sebagainya.

Lauren D. Brenna mengartikan komunikasi tidak hanya menyangkut masalah “human statement” atau pernyataan manusia yang berupa lisan atau tulisan saja, tetapi lebih luas dari itu termasuk pula rupa muka, penampilan (appearance), gerak gerik tubuh (gesture), pakaian (dress), dan bahkan pembungkusan (packaging) dalam urusan perniagaan.²⁰

Objek material komunikasi tidak hanya manusia/masyarakat tetapi juga media. Media sebagai objek material ilmu komunikasi tidak lagi sebagai alat tetapi sudah menjadi perspektif baru dalam kajian komunikasi, sehingga muncul media studies (kajian-kajian media).²¹ Seperti pernah disebutkan oleh salah seorang pakar komunikasi atau media Mac Luhan : *Medium is message*. Begitu rapuhnya media sebagai pesan komunikasi. Seperti halnya salah satu televisi komersial di Indonesia menayangkan secara nasional program *smack down* (adu jontos dan saling banting di atas panggung laga), ternyata acara ini ditiru oleh anak-anak kecil tingkat sekolah dasar dan juga melakukan “eksperimen” adu jontos, itu sehingga menelan korban sampai meninggal dunia.

²⁰Dra.Lukiati Komala,Msi., *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, h.76

²¹HafidiCangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,h.13.

2. Proses Komunikasi

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. Proses primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang atau symbol sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah kial (gesture), isyarat, gambar, warna dan lainnya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Dalam proses ini pertamanya komunikator akan menjadi (*encode*) pesan yang akan disampaikan kepada komunikan. Kemudian menjadi giliran komunikan untuk mengawak-sandi (*decode*) pesan dari komunikator itu. Proses sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua itu seperti surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, media *online*/internet.²²

Proses komunikasi terjadi manakala manusia berinteraksi dalam aktivitas komunikasi yakni menyampaikan pesan mewujudkan motif komunikasi. Proses tahap pertama komunikasi adalah penginterpretasian. Yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia piker dan rasakan kedalam pesan yang bersifat abstrak. Proses komunikasi tahap kedua adalah penyandian. Tahap ini masih terjadi dalam diri komunikator, berawal sejak pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan akal budi manusia ke dalam lambang komunikasi. Proses ini disebut

²²Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 18.

encoding atau proses penyandian. Akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*. Alat penyandi yang mengubah pesan abstrak menjadi konkrit. Proses komunikasi tahap ketiga adalah pengiriman dimana proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang berfungsi sebagai transmitter atau alat pengirim.

Berbicara tentang proses komunikasi dapat dilihat dari model komunikasi (yang terdiri dari komponen komunikasi sumber, komunikator, pesan, media, komunikan, efek, Feedback/umpan balik, noise/gangguan/hambatan) berikut ini :

Proses komunikasi diawali oleh sumber (*source*) baik individu atau kelompok lain. Langkah pertama, yang dilakukan sumber adalah *ideation* yaitu penciptaan suatu gagasan atau pemilihan seperangkat informasi untuk dikomunikasikan. Ideation ini merupakan landasan bagi suatu pesan yang akan disampaikan. Langkah kedua, dalam penciptaan suatu pesan adalah *encoding*, yaitu sumber menerjemahkan informasi atau gagasan dalam wujud kata-kata, tanda-tanda, atau lambang yang disengaja untuk menyampaikan informasi yang diharapkan mempunyai efek terhadap orang lain. Pesan atau *message* adalah alat-alat dimana sumber mengekspresikan gagasannya dalam bentuk bahasa lisan, tertulis, ataupun perilaku *nonverbal*, seperti bahasa isyarat, ekspresi, wajah atau gambar-gambar. Langkah ketiga, dalam proses komunikasi adalah penyampaian pesan yang telah disandi (*encode*). Sumber penyampaian pesan kepada penerima dengan cara berbicara, menulis, menggambar ataupun melalui suatu tindakan tertentu. Pada langkah ketiga ini, kita mengenal istilah *channel*/saluran, yaitu alat-alat untuk menyampaikan suatu pesan. Saluran untuk komunikasi lisan adalah komunikasi tatap muka, radio dan telepon. Sedangkan untuk saluran komunikasi tertulis meliputi setiap materi yang tertulis ataupun sebuah media

yang dapat memproduksi kata-kata tertulis seperti televisi, kaset, video, OHP. Langkah keempat, perhatian dialihkan kepada penerima pesan. Jika pesan itu bersifat lisan maka penerima perlu menjadi pendengar yang baik, karena jika penerima tidak mendengar pesan tersebut akan hilang. Dalam proses ini penerima melakukan *encoding* yaitu memberi penafsiran terhadap pesan yang disampaikan. Pada akhirnya penerimalah yang akan menentukan bagaimana memahami suatu pesan dan bagaimana pula memberikan respons terhadap pesan tersebut. Langkah kelima, dalam proses komunikasi adalah *feedback* atau umpan balik yang memungkinkan sumber mempertimbangkan kembali pesan yang telah disampaikan kepada penerima. Respon atau umpan balik dari penerima terhadap pesan yang disampaikan sumber dapat berwujud kata-kata ataupun tindakan-tindakan tertentu. Penerima bisa mengabaikan pesan tersebut atau menyimpannya. Umpan balik inilah yang dapat dijadikan landasan untuk mengevaluasi efektivitas komunikasi.²³

C. Media Massa.

1. Youtube sebagai media massa

Menurut Jalaluddin rakhmat, seorang pakar komunikasi dari fakultas Ilmu Komunikasi Unpad, membagi ruang lingkup ilmu komunikasi yang disusunnya kedalam dua kelompok besar, yaitu Ilmu Komunikasi secara teoritis dan ilmu komunikasi secara praktis²⁴. Media massa tergolong kedalam komunikasi praktis. Media massa meliputi media cetak dan media elektronik.

Ciri paling utama dari media massa adalah bahwa mereka dirancang untuk menjangkau banyak orang. Khalayak potensial dipandang sebagai sekumpulan besar

²³Dra.Lukiati Komala,Msi., *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, h .84-85.

²⁴Dra.Lukiati Komala,Msi., *Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*, h.141.

dari konsumen yang kurang lebih anonim dan hubungan antara pengirim dan penerima dipengaruhi olehnya. Pengirim sering kali merupakan lembaga atau seorang komunikator profesional yang dipekerjakan oleh lembaga tersebut. Jika bukan, maka suara masyarakat yang mendapatkan atau membeli akses kepada saluran media (pengiklan, politisi, pengkhotbah, pengacara, dan sebagainya).²⁵

Hubungan tersebut secara tidak terhindarkan bersifat satu arah, satu sisi, dan tidak personal dan terdapat jarak sosial dan fisik antara pengirim dan penerima. Pengirim biasanya memiliki kekuasaan yang lebih besar, kehormatan atau keahlian daripada penerima. Hubungan ini tidak hanya asimetris tetapi juga tujuannya sudah diperhitungkan dan manipulative. Biasanya komunikasi ini tidak ada standar moral, berdasarkan layanan yang dijanjikan atau diminta untuk beberapa kontrak tidak tertulis dengan tanpa kewajiban timbal balik.²⁶

Satu definisi awal dari Janowitz menuliskan bahwa komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolik kepada khalayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar.²⁷

Kita juga dapat melihat bahwa media massa yang sesungguhnya memiliki fungsi seperti untuk mengisi waktu, sebagai teman dan sebagainya. Media massa dapat digunakan untuk tujuan individu, pribadi maupun organisasi. Media yang sama yang membawa pesan public kepada khalayak yang besar untuk tujuan publik juga

²⁵ HenrySubiaktoidaniRachmahilda, *Komunikasi Politik, Media, & Demokrasi* (Jakarta: Kencana, 2012), h.106

²⁶ HenrySubiaktoidaniRachmahilda, *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*, h.107

²⁷ HenrySubiaktoidaniRachmahilda, *Komunikasi Politik, Media & Demokrasi*, h.109

dapat membawa pesan pribadi, promosi, daya tarik, iklan-iklan dan berbagai jenis informasi dan budaya. Poin ini terutama relevan disaat munculnya konvergensi teknologi komunikasi. Ketika batasan antara public dan privat serta komunikasi skala besar dan individual makin mengabut

Dennis mC Quail dalam bukunya Teori Komunikasi Massa menuliskan lembaga media massa memiliki ciri-ciri teoritis yang utama:

1. Aktivitas intinya adalah produksi dan distribusi informasi dan budaya.
2. Media mendapatkan fungsi dan tanggung jawab dalam ranah public yang diawasi oleh lembaga
3. Kontrol pada umumnya bersifat regulasi sendiri dengan batasan yang ditentukan oleh masyarakat
4. Batasan keanggotaan tidak jelas
5. Media pada prinsipnya bebas dan bersih dari kekuatan politik dan ekonomi.

Peran media massa dalam kehidupan sosial menurut berbagai literatur tidak diragukan lagi. Walau kerap dipandang secara berbeda-beda namun tidak ada yang menyangkal atas peran yang signifikan dalam masyarakat modern. Mc quail dalam bukunya *Mass communication Theories* merangkum pandangan khalayak terhadap peran media massa. Setidaknya ada enam perspektif dalam hal melihat media. Pertama, melihat media massa sebagai *window on events and experience*. Media dipandang sebagai jendela yang memungkinkan khalayak melihat apa yang sedang terjadi di luar sana ataupun pada diri mereka sendiri. Kedua, media juga sering dianggap sebagai *a mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Yaitu, cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan di dunia dan

merefleksikan apa adanya. Ketika, media massa sebagai *filter* atau *gatekeeper* yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Media senantiasa memilih isu, informasi, atau bentuk konten yang lain berdasar standar pengelolanya. Disini khalayak dipikirkan oleh media tentang apa-apa yang layak diketahui dan mendapat perhatian. Keempat, media massa acap kali pula dipandang sebagai guide penunjuk jalan atau arah yang menerjemahkan dan menunjukkan arah atas berbagai ketidakpastian atau alternative yang beragam. Kelima, media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Terakhir keenam, media massa bukan hanya sebagai tempat berlalu lalangya informasi, tetapi juga partner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.²⁸

Perkembangan teknologi komunikasi, globalisasi, liberalisasi, dan komersialisasi telah memunculkan pergeseran. Media massa tumbuh tidak hanya menjadi kekuatan pengontrol kekuasaan, tetapi telah menjadi kekuatan politik, ekonomi dan budaya. Media telah menjadi kekuatan baru yang apabila dibiarkan akan menjadi ancaman tersendiri bagi demokrasi.²⁹ Saat ini media massa telah berubah begitu banyak. Telah muncul media massa yang dinamakan media baru. Media baru yang dimaksud adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Media baru sangat beragam dan tidak mudah didefinisikan. Fokus perhatian terutama pada aktivitas kolektif bersama yang berjudul “internet” terutama pada penggunaan publik,

²⁸Dra. Lukiati Komala, M.si, Ilmu Komunikasi Perspektif, Proses dan Konteks, h.84-87.

²⁹Henry Subiakto dan Rachmah Ida, Komunikasi Politik, Media & Demokrasi, h.202.

iklan, aplikasi penyiaran termasuk mengunduh musik dan sebagainya, forum dan aktivitas diskusi, *world wide web*, pencarian informasi, dan potensi pembentukan komunitas tertentu. Ini tidak berfokus lagi pada *email* pribadi, permainan, dan beberapa layanan pribadi lain di internet.

Parse dan Dunn meneliti pemanfaatan computer rumah bersama dengan media lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Mereka mengambil dari riset sebelumnya tentang *Uses and Gratification* yang diperoleh manusia dari media massa untuk mengembangkan beberapa kemungkinan motivasi pemakaian komputer. Data survei nasional mereka menunjukkan bahwa diantara para pemilik Komputer, beberapa mengatakan komputer sebagai sumber utama mereka untuk belajar tentang apa yang sedang terjadi di dunia, untuk hiburan, untuk bergembira, untuk relaksasi, untuk melupakan masalah, untuk menghilangkan kesepian, untuk mengisi waktu, sebagai kebiasaan, untuk melakukan sesuatu dengan teman atau keluarga.³⁰

Satu area web yang saat ini menunjukkan pertumbuhan yang signifikan adalah situs berita online. Baik yang berbentuk Portal atau *video sharing* seperti *Youtube*. Chang(1998) melakukan sebuah penelitian kepada Mahasiswa perguruan tinggi dan menanyakan tentang tiga kategori alasan mengunjungi situs-situs *online* : sifat media, situasi paparan dan daya akses/jangkauan dan berikut table hasil penelitian Chang, dirangkum dari jawaban mahasiswa perguruan tinggi :

Persentase yang setuju bahwa hal-hal berikut adalah alasan mereka mengunjungi situs-situs online

Sifat Media

Kesiapan (mengetahui sesuatu dengan segera)

90

³⁰Werner J Severin dan James W. Tankard,Jr, Teori Komunikasi ;Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa (Jakarta : Kencana,2007), h.453-454.

Penyediaan Stabilitas (Mendapatkan Berita Kapan saja mereka inginkan)	88
Mengatasi keterbatasan ruang (Memberikan informasi rinci)	80
Menaklukkan Jarak (Mendapatkan berita dari tempat yang jauh)	77
Memberikan Rangkuman Berita	69
Memberikan berbagai pilihan (Melihat Jenis berita tertentu)	60
Eksklusif (Melihat sesuatu yang hanya ada pada berita online)	15
Interaktivitas (berkomunikasi dengan Jurnalis)	10
Situasi Paparan	
Untuk mempelajari sesuatu	63
Sebagai kebiasaan	25
Untuk mengisi waktu	14
Untuk hiburan	10
Untuk relaksasi	10
Untuk kebersamaan	4
Daya Akses/jangkau	
Ekonomis (karena ia gratis atau murah)	71
Kesenangan (Lebih mudah mendapatkan Berita online)	59

Tabel 2.1 sumber : didaptasi dari Chang (1998)³¹

Sementara itu jika ditinjau dari segi umur khalayak, Gallup Organization untuk peneliti pasar *online* + Plan dalam penelitiannya mempresentasikan usia dan pilihan konten yang berbeda bagi pengguna internet.

³¹Werner J Severin dan James W. Tankard,Jr, Teori Komunikasi ;Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, h.454-455.

Prosentase usia 18-24 dan 35-54 yang menggunakan Internet untuk berbagai tujuan

Penggunaan	18-24	35-54
Berita dan Informasi	65 %	82 %
Hiburan	75	45
Sosialisasi	45	28
Rekreasi	29	13

Tabel 2.2 sumber: diadaptasi dari Clementes (1998)³²

Hasil dari penelitian chang menunjukkan bahwa sifat media, yaitu kesiapan (mengetahui sesuatu dengan segera) dan stabilitas (mendapatkan berita kapan saja mereka inginkan) adalah yang paling penting bagi pengguna situs-situs berita online. Interaktivitas (berkomunikasi dengan jurnalis) adalah sifat media yang paling tidak penting bagi pengguna. Untuk mempelajari sesuatu, merupakan alasan terpenting dalam kategori situasi paparan. Untuk kebersamaan, adalah alasan yang paling sedikit dalam mengunjungi situs berita *online*, yang hanya mencapai 3,6 persen responden yang setuju dengan alasan itu. Dalam hal daya akses, baik ekonomis maupun kesenangan terhadap Koran-koran *online* adalah alasan yang dianggap penting dalam mengunjungi situs-situs berita *online*.

Interaktivitas yang sering dianggap sebagai fitur terkuat internet, adalah salah satu motif yang tidak terlalu penting bagi pengguna dan mengunjungi situs berita online. Yaitu, mahasiswa-mahasiswa ini tidak begitu tertarik menggunakan situs berita online sebagai alat berkomunikasi dengan editor. Internet terkadang

³²Werner J Severin dan James W. Tankard,Jr, Teori Komunikasi ;Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, h.455.

dibicarakan seakan-akan ia merupakan alat utama yang dipakai oleh kaum muda. Apakah hal semacam itu sebagai generasi Internet ? hasil dari survey yang dilakukan oleh Gallup Organization untuk peneliti pasar *online* + Plan menunjukkan bahwa kaum dewasa muda (usia 18-24) menggunakan internet secara berbeda dengan kaum dewasa tua (Usia 35-54). Pengguna dewasa tua cenderung menggunakan Internet sebagai media untuk mencari berita dan informasi, sedangkan yang lebih muda cenderung memanfaatkannya untuk beragam tujuan.

2. *Media Massa dan Penggemar Musik Korea (budaya Pop Korea)*

Kehadiran media massa sangat erat kaitannya dengan penyebaran budaya, karena melalui media massa lah orang-orang kreatif punya tempat yang tepat. Media massa dapat memperkaya masyarakat dengan menyebarkan karya kreatif dari manusia seperti karya sastra, musik, dan film.³³

Musik Korea merupakan salah satu produk dari budaya populer Korea. Menurut Dominic Strinati, Budaya pop yang diproduksi secara massa untuk pasar massa dan dipublikasikan melalui media massa yang di dalamnya bersembunyi kepentingan-kepentingan kaum kapitalis maupun pemerintah disebut budaya massa. Pertumbuhan budaya ini berarti memberi ruang yang makin sempit bagi segala jenis kebudayaan yang tidak dapat menghasilkan uang, yang tidak dapat diproduksi secara massa.³⁴

Media massa mempunyai peranan penting dalam menyosialisasikan nilai-nilai tertentu dalam masyarakat. Hal ini tampak dalam salah satu fungsi yang dijalankan

³³John Vivian, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group,2008).h, 505.

³⁴Dominic Strinati., *Popular Culture : Pengantar menuju Teori Budaya Populer* (Jakarta; Bentang, 2007).h.27.

media massa, yaitu fungsi transmisi, dimana media massa digunakan sebagai alat untuk mengirim warisan sosial seperti budaya. Melalui fungsi transmisi, media dapat mewariskan norma dan nilai tertentu dari suatu masyarakat ke masyarakat lain.

Secara keseluruhan isi media adalah hiburan atau sesuatu yang dimaksudkan sebagai hiburan. Fungsi hiburan dari media terus berkembang dan karena tuntutan pasar, media berusaha menyajikan hiburan yang bisa memenuhi selera umum. Karenanya mutu acara hiburan itu bila diukur dari selera individual hampir selalu terbatas. Media pun berfokus pada selera massal untuk menjangkau konsumsi massal.³⁵

Budaya pop Korea yang marak di Indonesia pada mulanya ditujukan untuk menyaingi impor budaya luar ke dalam Korea serta menambah pendapatan ekonomi negara, namun karena pasar Asia ternyata potensial sejalan dengan pertumbuhan ekonomi negara-negara di Asia, maka penyebaran budaya pop Korea ini menjadi sarana untuk melanggengkan kapitalisme Korea. Dengan semakin banyaknya penikmat budaya pop korea, termasuk musik Korea maka akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Korea sendiri. Hal inilah yang dimanfaatkan kapitalis untuk memproduksi budaya pop Korea secara massal di berbagai wilayah Asia termasuk Indonesia.³⁶

Keberadaan budaya Korea yang berkembang pesat di Indonesia juga bisa kita lihat dari bermunculannya klub-klub penggemar artis Korea yang banyak bermunculan, forum yang membahas tentang budaya Korea di dunia maya, hingga ke novel-novel terjemahan yang semakin sering ditemukan di toko buku Indonesia.

³⁵William L. Rivers, dkk., *Media Massa & Masyarakat Modern* (Jakarta; Kencana, 2003).h.283.

³⁶Repository.unhas.ac.id/. (13 Juli 2014).

Beberapa tahun yang lalu ketika budaya Holywood, Bollywood, Jepang, Taiwan merebak di Indonesia efek yang ditimbulkan tidak sedemikian hebatnya. Jarang terlihat klub penggemar budaya india atau jepang dan lainnya yang perkembangannya sebesar budaya Korea.

c. gaya hidup, media massa, dan penggemar musik korea

gaya hidup, fenomena ini belakangan banyak mendapat perhatian besar seiring dengan makin beragamnya perwujudan gaya hidup ditampilkan oleh berbagai kelompok dalam masyarakat. Dalam satu Mall saja kita bisa melihat puluhan cara berpakaian, bermacam pola konsumsi, dan lebih rinci lagi, cara menampilkan diri mulai dari cara jalan cara bicara hingga cara berfikir dapat kita simak dari isi pembicaraan para pengunjungnya.

Dalam Psikologi, gaya hidup umumnya dipahami sebagai tata cara atau kebiasaan pribadi dan unik dari individu. Pendekatan Psikologi yang mengkaji manusia sebagai individu menempatkan gaya hidup seolah-olah hanya sebagai gejala individual, mengabaikan pengaruh sosial dan budaya yang tak bisa dilepaskan dari kehidupan individu. Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain.³⁷

Ketika suatu gaya hidup menyebar kepada banyak orang dan menjadi mode yang diikuti, pemahaman terhadap gaya hidup sebagai suatu keunikan tidak memadai lagi digunakan. Gaya hidup bukan lagi semata tata cara atau kebiasaan pribadi dan unik dari individu tetapi menjadi sesuatu yang diadopsi oleh sekelompok orang.

³⁷Alfathri Adlin., *Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas* (Yogyakarta & Bandung ; Jalasutra, 2006).h.30.

Sebuah gaya hidup bisa menjadi populer dan diikuti oleh banyak orang. Sifat unik dari gaya hidup tak lagi dipertahankan. Orang tak segan-segan mengikuti gaya hidup yang dianggap baik oleh banyak orang. Beberapa kritikus memandang pengadopsian gaya hidup tertentu oleh banyak orang sebagai indikasi dari masifikasi, permasalahan yang disebabkan oleh ketidakmampuan mereka menemukan jati dirinya. Beberapa yang lain menilai gejala penularan gaya hidup sebagai keberhasilan kapitalisme mempengaruhi para konsumennya untuk menggunakan produk-produk massal demi keuntungan para kapitalis sebagai produsen. Seiring dengan perkembangan gejala gaya hidup itu, kajian tentangnya tak lagi menggunakan sudut pandang psikologi individual. Kajian terhadap gaya hidup perlu melibatkan sudut pandang ilmu sosial yang menempatkan manusia sebagai individu dalam masyarakat dan dipengaruhi oleh kehidupan bersama. Pengertian gaya hidup pun bergeser menjadi tatacara hidup yang mencerminkan sikap-sikap, nilai dan norma kelompok sosial tertentu.³⁸

Dalam konstruksi gaya hidup konsumerisme penggemar musik Korea, keberadaan komunitas menjadi vital. Komunitas penggemar budaya pop Korea dapat dilihat sebagai sub-kultur. Mereka memiliki serangkaian nilai dan praktik budaya eksklusif bersama, yang berada di luar masyarakat dominan. Para penggemar budaya pop Korea memiliki gaya bicara yang khas dengan campuran-campuran Korea yang biasa digunakan dalam tayangan-tayangan Korea yang mereka konsumsi. Selain itu, mereka juga mengadopsi *fashion* ala Korea. Tidak ketinggalan pula pemilihan produk baik kosmetik maupun *gadget* mengacu pada merek yang digunakan para ikon budaya pop Korea. Industri budaya pop Korea takkan seperti sekarang jika bukan karena basis penggemarnya. Dalam waktu singkat telah terjaring ratusan, ribuan,

³⁸ Alfathri Adlin, *Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas*.h.32.

bahkan jutaan penggemar. Komunitas penggemar kemudian membentuk sub-kultur mandiri dan membuat industri budaya pop Korea tetap hidup sampai sekarang dan menjadi sebuah sub-kultur yang hadir secara global.³⁹

Tidak bisa dipungkiri bahwa media massa memiliki peran penting dalam penyebarluasan Musik Korea di Indonesia, media massa menjadi alat yang digunakan pemerintah Korea untuk menyebarkan kebudayaannya ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Tapi media massa bukan merupakan satu-satunya penentu perubahan yang terjadi pada khalayaknya yang dimaksud disini adalah penggemar musik Korea. Menurut Mc Quail media tidak menjadi sumber utama pada perubahan sosial budaya.

Seperti halnya Mc quail, Klapper berpendapat bahwa tidak banyak bukti yang menunjukkan bahwa orang-orang bisa begitu terlena oleh hiburan media sehingga lantas lari dari kenyataan. Memang ada sejumlah orang yakni yang pada dasarnya memang tidak tertarik pada masalah-masalah sosial yang kecanduan dengan hiburan semacam itu, namun umumnya mereka masih sadar bahwa semua itu khayalan dan ada kenyataan hidup yang harus dihadapi. Mereka tidak terlibat dalam masalah sosial bukan karena hiburan media, namun karena mereka sendiri tidak menginginkannya.⁴⁰

Stuart Hall juga memperkuat pernyataan bahwa media bukanlah satu-satunya penyebab terjadinya perubahan sosial budaya, karena dalam hubungan antara produksi pesan dan penerimaan pesan akan dipengaruhi oleh banyak hal. Penerimaan pesan oleh khalayak bergantung pada bagaimana khalayak memproses dan menginterpretasikan pesan tersebut. Sebab dalam memproses dan menginterpretasikan pesan, khalayak bersifat aktif, dan keaktifan khalayak itu juga bergantung pula dari

³⁹*Repository.unhas.ac.id/*. (2 Februari 2014)

⁴⁰William L Rivers,dkk, *Media Massa & Masyarakat Modern*,h.289.

latar belakang khalayak itu sendiri, sehingga efek yang didapatkan oleh seseorang akan amat berbeda dengan orang lain.⁴¹

Dalam teori *Uses and Gratifications* dijelaskan orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Menekankan posisi pengaruh yang terbatas, teori ini melihat media mempunyai pengaruh terbatas karena pengguna mampu memilih dan mengendalikan. Orang memiliki kesadaran diri, dan mereka mampu memahami dan menyatakan alasan mereka menggunakan media. Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan yang mereka miliki. Teori ini berfokus pada apa yang orang lakukan dengan media.⁴²

Stuart Hall juga mengatakan bahwa teks media diinterpretasikan dengan cara berbeda oleh tiap individu. Pembacaan sebuah teks media dapat melibatkan proses penerimaan, penolakan atau negosiasi. Kemungkinan-kemungkinan yang bisa terjadi adalah:

1. *Dominant* atau *preferred reading* (pembacaan dominan), dimana khalayak mengambil posisi yang ditawarkan oleh teks dan menerima posisi tersebut dengan menghormati mitos-mitos yang membentuknya
2. *Negotiated reading* (pembacaan negosiasi), dimana khalayak tidak sepenuhnya mengambil posisi yang ditawarkan dan mempertanyakan beberapa mitosnya.
3. *Oppositional reading*, dimana khalayak menolak sepenuhnya mitos-mitos dan peran yang disediakan.

⁴¹Endang Setiowati, *Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas: Kajian Terhadap Fanatisme Remaja Pada Budaya Pop Jepang*. Jurnal Komunikasi Universitas Indonesia. Volume VII, Nomor 3, September-Desember (2008), h.542.

⁴²Richard West dan Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika : 2008), h.104.

Teori efek terbatas media yang dikembangkan oleh Lazarfeld semakin mempertegas bahwa media tidak sepenuhnya memiliki kekuatan untuk memberikan pengaruh kepada khalayak karena ada banyak faktor yang menjadi hambatan media untuk memberikan efek kepada khalayak. Beberapa kesimpulan penting yang dirangkum Lazarfeld mengenai efek terbatas media dari tahun 1945 sampai 1960 adalah :

1. Media jarang memengaruhi individu secara langsung. Sebagian besar orang terlindungi dari manipulasi langsung media oleh keluarga, teman-teman, rekan kerja, dan kelompok sosial. Jika mereka menemukan idea tau informasi baru, maka mereka akan beralih ke orang lain untuk meminta saran dan kritik.
2. Ada dua langkah aliran dari pengaruh media. Media massa hanya akan berpengaruh jika *opinion leader* sebagai seseorang yang mengarahkan pengikutnya dipengaruhi terlebih dahulu. Oleh karena *opinion leader* adalah pengguna media yang cangguh dan kritis, tidak mudah dimanipulasi oleh konten media. Mereka bertindak secara efektif sebagai *gatekeepers* dan membuat halangan terhadap pengaruh media.
3. Ketika sebagian besar orang tumbuh dewasa, mereka memilih komitmen yang kuat terhadap kelompok seperti partai politik dan afiliasi agama. Afiliasi ini memberikan halangan yang efektif melawan pengaruh media.
4. Ketika efek media terjadi, biasanya sangat lemah dan terlalu spesifik.

C. Identitas Diri Penggemar musik Korea

Secara *etimologis*, kata identitas berasal dari kata *identity*, yang berarti kondisi atau kenyataan tentang sesuatu yang sama, suatu keadaan yang mirip satu sama lain dan kondisi yang sama diantara dua orang atau dua benda. Pada tataran hubungan antarmanusia, identitas berarti membuat sesuatu menjadi identik atau sama, mengakui keberadaan sesuatu yang dilihat, diketahui, digambarkan atau yang diklaim apakah dia manusia atau benda, menghubungkan atau membuat sesuatu menjadi lebih dekat dan meletakkan seseorang kedalam tempat orang lain, sekurang-kurangnya meletakkan atau mempertukarkan pikiran, perasaan, masalah dan rasa simpatik.⁴³

Menyinggung masalah identitas, Mary Jane Collier mengatakan, ketika kita menggunakan budaya sebagai pendekatan untuk melihat karakter atau identitas kelompok, kita harus menyadari bahwa tiap kelompok itu dibangun atas dasar pendapat-pendapat sekelompok yang individual. Selain itu seseorang bisa mempunyai identitas yang beragam, tergantung peran apa yang sedang dijalankannya sehingga harus menyadari bahwa identitas cultural itu kompleks dan diciptakan, dipelihara, dipertentangkan dan dipertandingkan pada saat kita melakukan hubungan dengan orang lain.⁴⁴

Martin dan Nakayama dalam buku Alo liliweri menuliskan terdapat tiga perspektif tentang identitas yaitu: perspektif psikologi sosial, perspektif komunikasi dan perspektif kritis.

⁴³ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya* (Bandung; Aksara, 2003), h.69-70.

⁴⁴ Endang Setiowati, *Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas: Kajian Terhadap Fanatisme Remaja Pada Budaya Pop Jepang*. Jurnal Komunikasi Universitas Indonesia. Volume VII, Nomor 3, September-Desember (2008), h.543.

Pendekatan psikologi sosial berasumsi bahwa kehidupan dan perilaku individu tidak sendirian, individu ada di dalam lingkungan sosial, oleh karena itu kepribadian individu dibentuk oleh kepribadian lingkungan sosial. Beberapa prinsip pendekatan psikologi sosial adalah (1) apa yang disebut sebagai identitas individu merupakan ciptaan identitas sosial melalui interaksi dengan kelompok;(2) disini terlihat bahwa identitas selalu bersifat ganda, sifat ganda itu karena kita hidup dalam banyak peran yang berbeda-beda (setiap orang mempunyai banyak peran yang berbeda) maupun peran dengan peran orang lain.⁴⁵

Perspektif Komunikasi menekankan bahwa sifat dari interaksi *self group* (interaksi yang dilakukan seorang pribadi dan interaksi kelompok) merupakan sesuatu yang komunikatif, identitas dibangun melalui interaksi sosial dan komunikasi. Identitas dihasilkan oleh negoisasi melalui media yakni media. Tabel berikut ini menunjukkan bahwa identitas seseorang dapat ditentukan oleh penampilan/tampilan dirinya sendiri (*avowal*). Anda membuat pengakuan kepada orang lain bahwa anda sedang berkomunikasi. Faktor penentu berikut ini tergantung bagaimana orang lain memberikan atribusi atas tampilan diri seseorang (atribusi *ascription*).

Pengakuan (<i>Avowal</i>)	Askripsi (<i>ascription</i>)
<ul style="list-style-type: none">) Proses untuk menggambarkan diri ata pribadi seseorang) Langkah yang menunjukkan bahwa seseorang sedang melakukan komunikasi) Representasi seseorang sebagai 	<ul style="list-style-type: none">) Proses atribusi oleh orang lain terhadap pribadi anda) Apa yang orang yang orang lain tanggapi tatkala berhubungan dengan tampilan pribadi anda.

⁴⁵ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, h.78

pribadi terhadap orang lain	
-----------------------------	--

Ada interaksi yang jelas antara gejala-gejala di atas, antara apa yang seseorang tampilkan dengan apa yang dilihat oleh orang lain. Jika seseorang menggambarkan pribadinya kepada orang lain misalnya dengan memakai atribut korea di pakaiannya kemanapun ia pergi maka tindakan berdampak berupa tanggapan orang lain terhadap identitasnya, meskipun dua identitas itu mungkin saja tidak sepadan.⁴⁶

Persepektif atau pendekatan kritis menurut pandangan kontekstual, identitas dibentuk dalam suatu konteks. Oleh karena itu, suatu identitas hanya bisa dipahami dalam konteks tersebut, misalnya konteks sejarah, ekonomi dan konteks politik. Contoh, melalui konteks sejarah dapat dijelaskan bahwa perbudakan merupakan factor yang sangat kuat mempengaruhi hubungan antara kulit putih dan kulit hitam di Amerika Serikat. Harus diperhatikan bahwa setiap kelompok akan menampilkan suatu identitas yang melebihi batas identitas seharusnya, keadaan ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor.⁴⁷

Untuk melihat pembentukan identitas diri penggemar Musik Korea peneliti akan menganalisis pada skala mikro dan skala meso. Dalam kasus pembentukan identitas dari para penggemar budaya pop Korea, untuk menganalisis pada skala mikro yaitu pada tataran individu, peneliti menggunakan perspektif komunikasi dimana proses *avowal* dan *ascription* merupakan hal yang penting.⁴⁸

Seorang penggemar musik Korea bisa saja melakukan *avowal* tentang identitas dirinya, namun jika proses *ascription* dari orang lain di lingkungannya itu

⁴⁶ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, h.79

⁴⁷ Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi Antarbudaya*, h.80

⁴⁸ Endang Setiowati, *Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas: Kajian Terhadap Fanatisme Remaja Pada Budaya Pop Jepang*. Jurnal Komunikasi Universitas Indonesia. Volume VII, Nomor 3, September-Desember (2008), h.544.

bertentangan dengan apa yang digambarkan oleh dirinya, seorang penggemar musik Korea yang termasuk dalam *dominant reader* akan menarik diri dari lingkungan sosialnya dan lebih memilih mencari teman bermain atau masuk dalam kelompok yang akan melakukan *ascription* yang sesuai dengan *avowalnya*. Sementara penggemar musik Korea yang termasuk *negotiated reader* mungkin akan menegosiasikannya dan akan menyesuaikan identitas kulturalnya ke dalam identitas kultural yang dominan di lingkungannya, atau dengan kata lain ia akan menyesuaikan proses *avowalnya* dengan proses *ascription* orang-orang di lingkungannya. Sementara itu dalam analisis skala meso, akan menggunakan perspektif kritis karena identitas para penggemar musik Korea ini tercipta karena latar belakang sejarah, ekonomi, politik dan wacana yang beredar saat ini. Maraknya terpaan hiburan budaya pop Korea saat ini akan menciptakan suatu identitas kultural bagi penggemar musik Korea. Berdasarkan pengamatan, identitas para penggemar budaya pop Korea akan “Ke-Korea-an” mereka mereka memang berbeda-beda baik dari segi jenis maupun tingkatannya. Hal ini tidak lepas dari latar belakang lingkungan sosialnya, pendidikan, agama dan lain-lain.⁴⁹

⁴⁹Repository.unhas.ac.id/. (13 Juli 2014)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam suatu penelitian ilmiah harus memiliki objek dengan metode yang tepat. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan data yang objektif, dengan menggunakan pengumpulan data dan teknik analisis data yang akurat. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian dengan metode ini menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti, mengurai, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program atau peristiwa secara sistematis.¹ Lokasi penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas UIN Alauddin Makassar

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan komunikasi. Pendekatan komunikasi digunakan karena obyek yang diteliti membutuhkan bantuan jasa ilmu tersebut untuk mengamati proses komunikasi atau penyampaian pesan melalui media massa dalam hal ini *Youtube* dalam memberikan informasi musik Korea yang berpengaruh pada gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar dimana mahasiswa yang dipilih merupakan pengguna media sosial *Youtube* sekaligus penggemar musik Korea.

¹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran* (Cet. III; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h. 65.

Sumber Data

Pada penelitian ini, adapun rincian sumber data yang penulis susun adalah:

1. Data Primer

Data empirik diperoleh secara langsung dengan melaksanakan wawancara terhadap beberapa informan yang terlibat. Mahasiswa yang dipilih adalah para mahasiswa yang memiliki kegemaran yang sama terhadap musik Korea. Para informan ini merupakan unsur penting yang dapat menunjang keberhasilan penelitian. Untuk mendapat data yang akurat penulis mengadakan pendekatan dengan melaksanakan wawancara terhadap sumber yang terkait.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari para mahasiswa UIN alauddin Makassar yang juga merupakan penggemar musik Korea. Data ini berupa bukti- bukti nyata bahwa mahasiswa menggemari musik Korea, mulai dari koleksi barang-barang pribadi, *merchandise*, *souvenir*, *T-shirt* dan sebagainya yang berkaitan dengan kegemaran mahasiswa terhadap musik Korea..

C. Metode Pengumpulan Data

Menurut J. Supranto, data yang baik dalam suatu penelitian adalah data yang dapat dipercaya kebenarannya (*reliable*), tepat waktu, mencakup ruang yang luas serta dapat memberikan gambaran yang jelas untuk menarik kesimpulan.² Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga cara yaitu dengan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

²J. Supranto, *Metode Riset, Aplikasinya dalam Pemasaran* (Jakarta: Lembaga Penerbit FE-UI, 1998), h. 47.

1. Observasi

Observasi diartikan sebagai kegiatan mengamati secara langsung, tanpa mediator untuk melihat dengan dekat kegiatan yang dilakukan objek tersebut.³ Dalam penelitian ini, penulis terjun langsung melihat fenomena-fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa Uin Alauddin Makassar.

2. Wawancara

Wawancara (*Interview*) adalah suatu bentuk komunikasi verbal atau percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.⁴ Teknik pengumpulan data yang mengadakan tanya jawab langsung dengan informan. Guna untuk mendapatkan data yang akurat, maka peneliti mewawancarai langsung pihak-pihak yang terlibat dalam hal ini yakni mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data berupa catatan atau dokumen yang tersedia serta pengambilan gambar di sekitar objek penelitian yang akan dideskripsikan ke dalam pembahasan yang akan membantu dalam penyusunan hasil akhir penelitian. Berkenaan dengan penelitian yang dilakukan berbagai macam dokumentasi yang penulis gunakan diantaranya: buku-buku, foto-foto, arsip-arsip, videodan sebagainya. Hal ini bertujuan agar dokumen tersebut diharapkan dapat memberikan uraian dan wujud tentang peran *Youtube* dalam memberikan informasi musik Korea terhadap gaya hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

³Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, h. 106.

⁴Nassution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Edisi I (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 113.

D. Instrumen Penelitian

Ukuran keberhasilan suatu penelitian tidak terlepas dari instrumen yang digunakan. Oleh karena itu, dalam pengumpulan data dibutuhkan beberapa instrumen sebagai alat untuk mendapatkan data yang valid dan akurat dalam suatu penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mencatat hasil observasi, pedoman wawancara, dan telaah kepustakaan (buku, teks, foto, arsip-arsip, undang-undang, artikel, autobiografi, dan surat-surat), dibantu dengan peralatan penelitian seperti kamera, alat perekam dan buku catatan.

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Proses pengolahan data dimulai dengan mengelompokkan data yang telah diperoleh dari penelitian di lapangan, yaitu dari hasil observasi yang sudah dituliskan dalam bentuk catatan lapangan, hasil wawancara, serta dokumentasi berupa buku, gambar, foto, dan sebagainya untuk diklasifikasikan dan dianalisa dengan menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.

Proses analisis data ditempuh melalui proses reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Mereduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabsahan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang muncul di lapangan. Data-data tersebut dipisahkan sesuai dengan permasalahan yang dimunculkan, kemudian dideskripsikan, diasumsi, serta disajikan dalam bentuk rupa sehingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.⁵

⁵Tjetjep Rohendi Rohidi, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: Penerbit UI 1992), h. 45.

Analisis data dilakukan selama penelitian. Hal ini dimaksudkan agar fokus penelitian tetap diberi perhatian khusus melalui wawancara mendalam, selanjutnya dianalisis secara kualitatif.

Proses analisa data mulai dilakukan ketika peneliti masih berada di lapangan dan setelah peneliti tidak berada di lapangan. Data yang diperoleh dari lapangan kemudian dipelajari dan ditelaah. Setelah itu dibuat abstraksi yang merupakan rangkuman inti dari proses wawancara. Hal ini diperlukan untuk menyempurnakan pemahaman terhadap data yang diperoleh kemudian menyajikannya kepada orang lain dengan lebih jelas tentang apa yang ditemukan dan didapat dari lapangan.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik analisis data dalam tiga level. Hal ini dikarenakan penelitian studi kasus merupakan penelitian yang *multi-level analysis*. level analisis tersebut adalah:

1. Level Mikro yaitu menganalisis peran Youtube sebagai media awal bagi informan dalam mengkonsumsi musik Korea , seberapa besar informan terpengaruh oleh terpaan media yang didapat dari mengkonsumsi tayangan-tayangan Korea terhadap gaya hidupnya. Di dalam analisis ini juga, peneliti akan mengidentifikasi bagaimana individu penggemar musik Korea memilih dan membentuk identitasnya.
2. Level Meso yaitu menganalisis penggemar musik Korea sebagai sebuah sub-kultur yang menciptakan suatu fanatisme terhadap budaya pop Korea.
3. Level Makro yaitu menganalisis bagaimana anggota sub-kultur budaya pop Korea mengonsumsi budaya pop Korea dalam lingkup sosialnya.

Berdasarkan pendapat di atas, maka dapat disederhanakan dalam pengertian bahwa sejumlah data yang terkumpul melalui teknik observasi, teknik wawancara

dan dokumentasi digabung menjadi satu kemudian dicoba untuk dibakukan dan diolah serta dipilah-pilah menurut jenis atau golongan pokok bahasannya. Karena data yang diperoleh masih dalam bentuk uraian panjang, maka perlu sekali untuk direduksi.

Penyajian data dimaksudkan sebagai langkah pengumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Selain mereduksi dan menyajikan data, tindakan selanjutnya adalah verifikasi dan menarik kesimpulan. Verifikasi dilakukan untuk memeriksa dan mencocokkan kebenaran data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi lalu disimpulkan. Simpulan tersebut tidak mutlak tetapi sifatnya lentur, dalam arti ada kemungkinan berubah setelah diperoleh data yang baru.

F. *Pengujian Keabsahan Data*

Peneliti dalam melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.⁶ Triangulasi merupakan usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin perbedaan yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data.

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi dan wawancara dengan informan. Oleh karena itu, untuk mendapatkan data yang valid dan ada kecocokan satu sama lain, peneliti mengadakan triangulasi

⁶J. Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1988), h. 178.

sumber data melalui pemeriksaan terhadap sumber lainnya yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Peneliti menggali kebenaran informasi melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara ini akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. *Gambaran Umum Obyek Penelitian*

Demam Korea (Korean wave) saat ini telah merajai negeri Indonesia. Hal itu diakibatkan karena penyebaran dan pengaruh budaya Korea di Indonesia, terutama melalui produk-produk budaya populer. Film, drama, musik dan pernak-pernik merupakan contoh dari produk budaya populer. Elemen-elemen budaya populer Korea ini menyebarkan pengaruhnya di negara-negara Asia salah satunya Indonesia. Di Indonesia, penyebaran budaya populer dari negeri gingseng ini dilihat sekitar tahun 2002 dengan tayangnya salah satu ikon budaya populer berbandrol drama seri berjudul '*Autumn in My Heart*' atau '*Autumn Tale*' yang lebih populer dengan judul '*Endless Love*', ditayangkan stasiun TV Indosiar⁵¹. Keberhasilan drama seri Korea tersebut yang dikenal dengan *Korean drama* (K-drama) diikuti oleh *Korean drama* lainnya. Tercatat terdapat sekitar 50 judul K-drama tayang di tv swasta Indonesia.

Populernya K-drama membuat rasa ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea meningkat. Hal tersebut dikarenakan ada beberapa pemeran drama Korea juga berprofesi sebagai penyanyi, sehingga menjadi *idol* bagi masyarakat. Contohnya drama Korea *Athena* yang melibatkan *boyband* Super Junior, atau drama Korea berjudul *Full House* menjadikan Rain yang juga sebagai penyanyi, memperkenalkan musik Korea di Indonesia sehingga membuat musik Korea marak menjajal Indonesia. *Korean pop* atau Kpop mulai menggurita di kancah musik Indonesia. Indonesia pernah dihebohkan dengan sebuah festival bernama 'KIMCHI

⁵¹<http://muda.kompasiana.com/2010/09/24/demam-korea/> (Diakses 29 Juni 2014)

K-POP' (*Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia*). Bertempat di Istora Senayan Jakarta Super Junior (Suju) tampil yang juga menghadirkan bintang tamu lain dari Korea yaitu Park Jung Min, The Boss, Girl's Day dan X-5.

Terinspirasi dengan *boys band* dan *girls band* Korea, lahirlah banyak *boys band* dan *girls band* Indonesia, diantaranya Sm*sh, Max 5, 7 Icons atau pun MR. Bee. Acara-acara televisi pun mulai mengemas program acaranya dengan kesan Korea. Salah satunya sinetron yang dibuat Trans Tv berjudul Cinta Cenat Cenut hingga memiliki season dua. Melibatkan Sm*sh sebagai pemeran utama dalam sinetron tersebut menggambarkan bagaimana gaya rambut, dandanan, fashion dan pernak-pernik Korea menjadi muatan penting dalam garapan sinetron tersebut.

Tentunya ini bukan hal yang seluruhnya buruk karena rasa ketertarikan dapat memberikan nilai yang positif pada hubungan antar negara, namun harus diperhatikan lagi bahwa ketertarikan ini menyebabkan masyarakat, terutama kalangan muda lebih tertarik dengan budaya Korea daripada budaya Indonesia sendiri. Pengaruh kebudayaan Korea yang disebarkan melalui media massa seperti *Youtube* sudah merasuk di berbagai segi kehidupan masyarakat Indonesia. *Youtube* dengan kemudahannya memberikan akses mudah untuk menikmati segala suguhan berbau Korea.

Setelah keberhasilan menguasai pasar Indonesia dengan dramanya, Korea pun mulai menguasai Indonesia dengan tampilan musik Korea. *Korean Pop* (Musik Pop Korea) disingkat Kpop, adalah jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan. Banyak artis dan kelompok musik pop Korea sudah menembus batas dalam negeri dan populer di mancanegara. Musik pop Korea pra modern muncul pertama kali pada tahun 1930-an yang dipengaruhi oleh masuknya musik pop Jepang. Tidak hanya budaya pop Jepang, pengaruh musik pop barat mulai menjajah Korea sekitar tahun

1950-an dan 1960-an. Awalnya berkembang musik bergenre "oldies", kemudian tahun 1970-an, musik rock diperkenalkan dengan pionirnya adalah Cho Yong-pil. Muncul kemudian genre musik Trot yang dipengaruhi gaya musik enka dari Jepang.

Tahun 1992 merupakan awal mula musik pop modern di Korea, yang ditandai dengan kesuksesan grup Seo Taiji and Boys diikuti grup musik lain seperti Panic, dan Deux. Tren musik ini turut melahirkan banyak grup musik dan musisi berkualitas lain hingga sekarang. Di tahun 2000-an mulai bermunculan artis dengan aliran musik yang berkiblat ke Amerika seperti aliran musik R&B serta Hip-Hop. Mereka adalah MC Mong, 1TYM, Rain, Big Bang yang cukup sukses di Korea dan luar negeri. Selain genre musik sebelumnya bertahan, lahir kembali jenis musik techno memberi nuansa modern. Berkembangnya drama Korea juga melahirkan *soundtrack* music yang berbau balada. Musik balada Korea biasanya dikenal dengan lirik sedih tentang percintaan, seperti yang dibawakan oleh Baek Ji Young, KCM, SG Wannabe, dan sebagainya. Masuknya drama Korea menembus dunia internasional, maka music Korea semakin diminati, terlebih lagi pemeran dalam drama, kebanyakan adalah juga berprofesi sebagai penyanyi, seperti Rain ataupun Hyun Bin. Sehingga terdapat banyak artis Korea menanggung kesuksesan di dunia internasional seperti BoA yang menembus Jepang dan digemari di banyak negara. Kemudian artis-artis lain seperti Rain, Se7en, Shinhwa, Ryu Shi-won, dan sebagainya berlomba-lomba untuk menaklukkan pasar musik di Jepang. Salah satu artis Korea yang sukses menggelar konser internasional adalah Rain. Dia tercatat sebagai artis Asia pertama yang mengadakan konser internasional bertajuk RAINY DAY 2005 Tour.⁵²

Demam musik Korea di kalangan anak muda Indonesia memang bukan hal yang mengherankan. Hegemoni musik Korea di Indonesia dibuktikan dengan

⁵²<http://muda.kompasiana.com/2010/09/24/demam-korea/> (Diakses 29 Juni 2014)

digelarnya konser musik Korea pertama kali di Indonesia bertajuk *KIMCHI (Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia)* yang diadakan di Jakarta, 4 Juni 2011⁵³. Lima artis Korea tampil dalam ajang Kimchi tersebut yaitu The Boss, X5, Girl's Day, Park Jung Min dan diakhiri dengan Super Junior (Suju). Konser *KIMCHI (Korean Idols Music Concert Hosted in Indonesia)*, pun beraksi dan berhasil menyihir para audiens.

B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah singkat UIN Alauddin Makassar

Untuk merespon tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan perubahan mendasar atas lahirnya undang-undang system pendidikan nasional No.2 tahun 1989 dimana jenjang pendidikan pada Departemen Pendidikan Nasional R.I dan Departemen Agama R.I, telah disamakan kedudukannya khususnya jenjang pendidikan menengah serta untung menampung lulusan jenjang pendidikan menengah dibawah naungan Departemen Pendidikan Nasional R.I dan Departemen Agama R.I, diperlukan perubahan status kelembagaan dari institut menjadi Universitas, maka atas prakarsa pimpinan IAIN Alauddin periode 2002-2006 dan atas dukungan sivitas akademika dan senat IAIN Alauddin serta gubernur Sulawesi Selatan, maka diusulkanlah konversi IAIN Alauddin Makassar menjadi UIN Alauddin Makassar kepada presiden R.I melalui menteri agama R.I dan menteri pendidikan Nasional R.I mulai 10 oktober 2005 status kelembagaan Institut Agama Islam Negeri Makassar Alaudin Makassar berubah menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar berdasarkan peraturan Presiden Republik Indonesia No. 57 tahun 2005 tanggal 10 oktober yang ditandai dengan peresmian penandatanganan prasasti

⁵³Nyoman Lia Susanthi, Gurita Budaya Populer Korea di Indonesia (2011)

oleh Presiden R.I Bapak Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 4 Desember 2005 di Makassar.

Dengan perubahan status kelembagaan itu, UIN Alauddin Makassar mengalami perkembangan dari lima buah Fakultas menjadi tujuh buah fakultas dan kemudian di awal tahun 2014 UIN kembali melahirkan satu fakultas baru sehingga kini UIN Alauddin Makassar genap memiliki 8 Fakultas dan satu buah program pascasarjana. Berikut nama-nama fakultas yang ada di UIN Alauddin Makassar

Fakultas Syariah dan Hukum	Fakultas sains dan Teknologi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Fakultas Ushuluddin dan Filsafat	Fakultas Ilmu Kesehatan
Fakultas Adab dan Humaniora	Program Pascasarjana (Pps)
Fakultas Dakwah dan Komunikasi	-----

2. Visi dan Misi dan Tujuan

Visi UIN Alauddin adalah menjadi pusat keunggulan akademik dan intelektual yang mengintegrasikan ilmu-ilmu agama dengan ilmu pengetahuan dan teknologi dan menjadi pusat pengembangan nilai-nilai akhlak mulia, kapasitas, potensi, dan kepribadian muslim Indonesia yang lebih ber peradaban.

Visi singkat :

Terasahnya inner capacity mahasiswa dan terakselerasinya peradaban islam universal.

Misi

1. Memperkokoh tekad untuk menjadi pusat keunggulan akademik dan intelektual yang komprehensif yang membuahkan masyarakat yang cosmopolitan dan berperadaban.
2. Menanamkan nilai-nilai moral dan akhlak mulia serta dasar-dasar spiritual, keimanan, ketagwaan.
3. Mengintegrasikan kembali ilmu-ilmu agama dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
4. Mengembangkan potensi dan kapasitas mahasiswa yang dapat dijadikan sebagai landasan yang kokoh untuk menjadi cerdas, dinamis, kreatif mandiri dan inovatif
5. Memperkuat pengembangan dan pengelolaan sumber daya fisik, fiscal dan manusia melalui kerjasama dan interkoneksi.

Misi singkat :

1. Keunggulan komprehensif
2. Penanaman akhlak mulia dan revitalisasi nilai-nilai
3. Integrasi ilmu pengetahuan
4. Pengembangan kapasitas dan potensi pribadi
5. Kerjasama dan interkoneksi

Tujuan :

1. Menyiapkan mahasiswa agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki akhlakul karimah dan kemampuan akademik atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan, dan atau menciptakan ilmu pengetahuan

agama islam, ilmu pengetahuan teknologi, serta seni yang dijiwai oleh nilai-nilai ke-islaman.

2. Mengembangkan dan menyebarluaskan ilmu agama islam, ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang dijiwai oleh nilai-nilai keislaman serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional

C. Peran Youtube dalam memberikan informasi musik Korea terhadap mahasiswa UIN Alauddin Makassar

1. Hasil Penelitian

Data hasil penelitian diperoleh dari teknik wawancara dan observasi langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian. Wawancara dilakukan terhadap enam belas (16) informan yang dianggap representatif terhadap objek masalah dalam penelitian. Ke empat belas informan tersebut adalah perwakilan dari masing-masing Fakultas yang ada di UIN Alauddin Makassar dimana disetiap Fakultas dipilih dua informan yang merupakan penggemar musik Korea. Pemilihan informan berdasarkan kegemaran mereka terhadap budaya pop Korea khususnya musik Korea.

Adapun penjabarannya sebagai berikut :

No	Informan/ Data Informan	Fakultas / Jurusan
1	Nur Putri/perempuan/20 thn	Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
2	Dwi Nur Fitriani/ Perempuan / 19 thn	Dakwah dan Komunikasi/ Komunikasi Penyiaran Islam
3	Anis Marsella / Perempuan / 19 Thn	Tarbiyah dan Keguruan/ Pendidikan Matematika
4	Eka Rahayu Putri/Perempuan/19 Thn	Tarbiyah dan Keguruan/ Pendidikan Biologi
5	Andi Firman Hasnur/Laki-laki/20 Thn	Fakultas ekonomi dan

		Bisnis/Akuntansi
6	Nurhikmah K/Perempuan/19 Thn	Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ekonomi Islam
7	Andi Hikmayani/Perempuan/19 Thn	Fakultas Adab dan Humaniora/Bahasa & sastra Inggris
8	Reskiana/Perempuan/19 Tahun	Fakultas Adab dan Humaniora/Bahasa & sastra Arab
9	AnisahMardiahQur'ani/Perempuan/18 Thn	Sains & Teknologi/Matematika
10	Sri wahyuni/Perempuan/22 Thn	Sains & Teknologi/ Teknik Informatika
11	ShirleyMandey/Perempuan/22 Thn	Ilmu Kesehatan/Kebidanan
12	Hikmawati/Perempuan/19 Thn	Ilmu Kesehatan/Kebidanan
13	Andi DwiYanti Asrini/Perempuan/21 Thn	Syariah & Hukum/Ilmu Hukum
14	RiniRamandhani/Perempuan/18 Thn	Syariah & Hukum/Peradilan Agama
15	Rini Destadamayanti/Perempuan/18 Thn	Ushuluddin & Filsafat/ Aqidah Filsafat
16	Dian Pertiwi /Perempuan/20 thn	Ushuluddin & Filsafat/ Ilmu Politik

Media massa dalam penyebaran musik Korea beragam, seperti televisi, majalah, Koran harian, DVD, CD dan sebagainya. Peneliti memfokuskan pengamatan terhadap penyebaran musik Korea pada salah satu media massa yang ada di internet yakni *Youtube* karena menurut peneliti, di era modernisasi dan globalisasi ini khalayak media lebih menyukai sesuatu atau hal-hal yang instan. *Youtube* paham dan sangat menyadari hal tersebut, youtube memberikan dan menyuguhkan segala bentuk informasi yang bisa diperoleh secara instan disana. Ketika seseorang yang merupakan

penggemar musik korea melewati menonton konser idolanya disebuah TV , *Youtube* telah memiliki tayangan ulang siaran konser tersebut baik yang di *upload* oleh penggemar lain yang menyaksikan konser tersebut atau dari penyelenggara konser sendiri.

Penelitian ini memiliki tujuan yang pertama yakni mengetahui seberapa besar peran *Youtube* sebagai sebuah media yang digunakan penggemar musik Korea dalam mempengaruhi gaya hidup para penggemar korea yang merupakan mahasiswa UIN Alauddin Makassar.

Dalam penelitian ini terdapat enam belas informan dengan karakteristik sebagai berikut :

- a) Informan 1 (Hikmah): *Perempuan, usia 19 tahun, Islam, mahasiswi semester empat jurusan Akuntansi Fakultas ekonomi & Bisnis, sangat sering menggunakan media Youtube untuk mengakses informasi musik Korea.*

Hikmah merupakan mahasiswi Akuntansi semester empat. Dalam kesehariannya ia sering menggunakan jaringan internet sebagai sarana mencari informasi baik itu informasi yang berhubungan dengan pendidikannya ataupun informasi lain. Seperti media sosial dan informasi musik Korea sebagai hal yang paling ia gemari. Ia biasa mengakses informasi-informasi tersebut diberbagai tempat.

“saya biasanya menggunakan internet dan mengunduh informasi idola korea favorit saya itu di berbagai tempat bisa di rumah dengan menggunakan modem, dikampus pake jaringan Wifi dan di warkop sama teman-teman lainnya, disetiap menggunakan internet saya selalu searching informasi musik korea. Itu sudah pasti kak”.⁵⁴

Dari kegemarannya menggunakan internet ia akhirnya menemukan bahwa *Youtube* adalah salah satu media di internet yang bisa memberikan informasi musik

⁵⁴ Wawancara dilakukan pada tanggal 2/07/2014

Korea yang ia butuhkan. Karena media massa lain seperti TV dan majalah tidak mampu memuaskan keinginannya untuk mengetahui segala informasi musik Korea yang sedang dicarinya.

“karena di dalam *Youtube* memiliki lebih banyak informasi bukan hanya dalam negeri tetapi segala Negara. Khususnya informasi seputar musik Korea, banyak menampilkan video-video yang memiliki sumber yang jelas seperti saat saya mencari *MV-MV* Korea biasanya saya langsung membuka akun *Youtube* resminya seperti SM TOWN “.⁵⁵

Kemudahan mengakses *Youtube* bagi penggemar Korea seperti Hikmah sangat dirasakan. Seperti ketika ia sedang membuka portal resmi idola korea di sebuah situs di jaringan internet. Situs itu sudah terhubung langsung dengan *Youtube*. Cukup mengklik link yang ditampilkan pada situs tersebut para penggemar sudah bisa mendapatkan akses langsung ke *youtube* dan menonton bahkan mengunduh video idola favorit mereka tanpa harus mencari di kolom pencarian pada *Youtube* dengan menggunakan kata kunci. Ini terasa lebih susah.

Bagi mahasiswi 19 tahun itu *Youtube* adalah media yang paling tepat untuk menemukan informasi yang ia cari, karena ia dapat dengan mudah menemukan akun resmi dari *agency Boyband* yang ia cari. Hikmah menyadari bahwa disisi lain *Youtube* juga punya kekurangan, menurutnya terkadang *Youtube* baginya kurang efisien seperti ketika mencari informasi di *Youtube* dengan menggunakan kontak pencarian yang ada di situs *Youtube* terkadang hasil penelusurannya tidak sesuai dengan yang dibutuhkan.

“ada juga yang kurang akurat, kadang kalau saya *searching* menggunakan kotak pencarian di *Youtube* yang keluar malah yang lain-lain “.⁵⁶

⁵⁵ Wawancara dilakukan pada 2/07/2014

⁵⁶ Wawancara dilakukan pada 2/07/14

b) Informan 2 ((Firman) : *Laki-laki usia 20 tahun, mahasiswa semester empat jurusan Akuntansi merupakan penggemar musik Korea yang hobinya tak jauh dari kegemarannya pada musik Korea.*

Ketika peneliti melakukan wawancara kepada Informan 1, ia mengenalkan temannya yakni Informan 2 yang merupakan sesama penggemar musik Korea. Ini tidak bisa dipungkiri bahwa ada kedekatan secara individual pada sesama mahasiswa UIN alauddin yang menggemari musik Korea. Kembali ke informan 2, ia merupakan teman sekelas dari informan 1 tapi kegemaran Firman terhadap musik Korea berbeda dengan kegemaran informan 1. Jika informan 1 lebih menyukai musik Korea dengan rajin mengunduh video-video dan berita idolanya lalu mengoleksinya, maka Firman melakukan lebih dari itu, ia tidak sekedar menggunakan media *Youtube* sebagai sarana mencari informasi musik Korea yang difavoritkannya. Ia mengunduh videonya dan mengupload video baru ke *Youtube*.

“saya sangat suka menggunakan *Youtube* dan *M-net* sebagai tempat mencari informasi kpop. Apalagi saya adalah seorang *Dance Cover*, inspirasi *dance* saya adalah boyband/girlband musik Korea. biasanya, hasil penampilan *dance cover* saya *upload* kembali ke *Youtube*”⁵⁷

M-net adalah *video sharing* seperti *Youtube* namun tidak sepopuler dengan *Youtube* karena video-video yang ada di *M-net* terbatas. Bagi Firman meskipun ia biasa menggunakan *M-net* tapi intensitas menggunakan *Youtube* sebagai sarana utama mencari informasi musik Korea masih lebih besar

“saya lebih sering menggunakan *Youtube*, karena informasi di *Youtube* lebih lengkap, baik nasional maupun internasional. Dan saya biasa menggunakan *youtube* dua hingga tiga kali sehari untuk mengakses informasi musik Korea dan biasanya saya menghabiskan satu hingga tiga jam.”⁵⁸

⁵⁷ Wawancara dilakukan pada 2/07/2014

⁵⁸ Wawancara dilakukan pada 2/07/2014

c) Informan 3 (Rini) : *perempuan usia 21 Tahun, mahasiswi fakultas Syariah dan Hukum jurusan Ilmu hukum semester delapan. Merupakan penggemar musik Korea dan drama Korea. Mengenal Youtube tapi tidak intensif menggunakannya*

Rini, sapaan akrab gadis yang tingginya semampai ini, merupakan penggemar Pasif musik Korea. kenapa dikatakan pasif, karena Rini sering mencari informasi seputar budaya pop Korea terutama musik Korea dan drama Korea tetapi ia tidak mendaftarkan dirinya pada fandom-fandom atau komunitas penggemar budaya Korea, seperti penggemar-penggemar lainnya. Ia hanya menyukai mengoleksi secara pribadi segala informasi berita dan hal-hal yang berhubungan dengan musik Korea dan dramanya.

“saya sangat suka dengan Korea, bisa dibilang saya ini penggemarnya juga tapi tidak seperti teman-teman yang di jurusan saya yang bahkan terdaftar sebagai anggota komunitas, saya tidak tertarik. Saya berteman dan mengenal teman-teman di komunitas teman saya itu dan kadang kami bertukar informasi tentang musik korea dan drama terbaru. Saya lebih suka yang seperti itu daripada harus capek-capek *mendownload* di *Youtube*. Kadang saya buka youtube tapi saya lebih suka mengakses *Tutorial hijab*.”⁵⁹

Rini tahu dan menyadari bahwa media youtube adalah sarana mencari informasi musik Korea tapi Karena beberapa hal yang berasal dari dirinya seperti malas, atau sibuk dengan kegiatan kampus Rini lebih memilih mencari informasi musik Korea dari teman ke teman.

d) Informan 4 (Rini) : *Perempuan usia 18 tahun, mahasiswi fakultas Syariah dan Ilmu Hukum jurusan Peradilan Agama, penggemar musik Korea yang intensif menggunakan Youtube*

⁵⁹ Wawancara dilakukan pada 12/07/2014

Rini Ramadhani, namanya memang hampir sama dengan Rini informan 3 dan keduanya merupakan mahasiswa di Fakultas syariah dan Hukum namun berbeda jurusan. Rini, yang juga sapaan akrab informan ini adalah pengguna media *Youtube* yang intensif dalam sehari Rini mengakses informasi dua hingga tiga kali sehari. Baginya mengakses informasi di *Youtube* baik itu merupakan informasi musik Korea ataupun informasi lainnya sangat efisien dan instan. Dibanding media lainnya.

“yang saya ketahui, *Youtube* adalah sebuah media internet untuk mengupload video dan mengakses informasi seputar video terbaru”.⁶⁰

Dalam kesehariannya Rini lebih suka mengakses informasi di *Youtube* melalui *Smartphonenya*. Rini menyukai *Youtube* karena ketika mencari informasi musik Korea favoritnya tidak ada yang lebih akurat dan lengkap kecuali *Youtube*.

“saya mengakses informasi idola korea yang saya suka itu dengan *smartphone* ini biasanya saya gunakan setiap hari, ini sudah jadi kebiasaan sekaligus hiburan yang menyenangkan. Kalau pertanyaan kenapa pilih *Youtube*, jawabannya karena informasinya cepat, semua video korea terbaru 90 % ditayangkan di *Youtube*, tangga lagu Korea tidak ada diberita radio atau TV swasta tapi adanya di *Youtube*”.⁶¹ (12/07/14)

e) Informan 5 (Hikmayani) : *Perempuan usia 19 Tahun, Mahasiswa fakultas Adab dan Humaniora jurusan Bahasa dan Sastra Inggris. Penggemar musik Korea yang Intensif menggunakan Youtube.*

Informan ini mengakui menggunakan media *Youtube* setiap hari dengan menggunakan Laptopnya, Warnet, warkop, dan kampus yang memiliki fasilitas *Wi-Fi* gratis adalah tempatnya mengakses informasi musik Korea. Selain Musik Korea Hikmahyani juga mengakses informasi sosial dan yang berkaitan dengan jurusannya.

“ saya kenal banyak *Video Sharing*, tapi saya tetap memilih *Youtube* untuk mengetahui informasi idola saya, karena di *Youtube* semuanya sudah lengkap. Dari informasi lagu paling baru, video fancam dari fans, berita selebriti Korea

⁶⁰ Wawancara dilakukan pada 12/07/2014

⁶¹ Wawancara dilakukan pada 12/07/2014

dan informasi drama dan musik Korea yang akan segera launching semua ada di Youtube.”⁶²

Hikmayani menambahkan ia menggunakan Youtube karena menurutnya media tersebut menarik dan lebih nyaman baginya menerima informasi dari Youtube. Dalam sehari Hikmayani mampu mengakses Youtube hingga lima kali. Membuktikan perempuan ini sangat menggemari musik Korea. Selain Youtube, Hikmayani menggunakan Media Video Sharing lainnya yaitu Ganool.com. tapi Ganool.com digunakan hanya untuk mengunduh Film Korea yang sedang dicari.

“Selain youtube, saya juga pake Ganool.com tapi hanya untuk download film korea terbaru. Disana tidak ada informasi seputar musik Korea. Jadi memang yang komplit itu ya Youtube”. (12/07/14)

- f) Informan 6 (reskiana) : Perempuan usia 19 tahun, mahasiswi Fakultas Adab dan Humaniora Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, menggunakan Youtube untuk mengakses informasi korea ketika memiliki waktu luang.

Ketika memiliki waktu luang reski sapaan akrab informan ini sering menggunakan Youtube untuk mengakses informasi seputar musik Korea. Mengunduh MV musik Korea merupakan aktivitas favoritnya.

“Youtube itu punya banyak kemudahan dan semua informasi yang dicari ada disana. Apalagi informasi musik Korea, di Youtube sudah tidak diragukan lagi”. (13/07/14)

“Keunggulan youtube sebagai sarana dalam menemukan informasi korea menurut saya yaitu saya menemukan mv music korea terbaru dari akun official agensi tersebut pertama kali melalui media youtube” (13/07/14)

Sebelum intensif menggunakan Youtube, Reski menggunakan media massa seperti majalah untuk mencari informasi musik Korea yang dibutuhkan. Setelah melihat temannya sering menggunakan Youtube dan menjelaskan padanya tentang

⁶² Wawancara dilakukan pada 12/07/2014

kemudahan *Youtube*, Reski pun beralih ke media internet tersebut dalam mencari informasi Korea favoritnya .

g) Informan 7 (Nisa) : *perempuan usia 18 Tahun, merupakan mahasiswi fakultas Sains dan teknologi jurusan Matematika. Merupakan penggemar musik Korea yang tidak intensif menggunakan Youtube.*

“*Youtube* adalah sebuah situs yang digunakan untuk mengakses video – video di dunia dan untuk men-share/mengupload video. *Youtube* dapat juga digunakan sebagai media pengganti TV apabila kita sedang bepergian”.⁶³

Nisa mengetahui apa itu *Youtube* dan bagaimana fungsinya. Beberapa temannya menggunakan *Youtube* untuk mencari informasi idola korea dan sebagian lagi mengupload video Fancam kedalam *Youtube* juga beberapa video Flashmob yang diadakan oleh komunitas korea dimana Nisa adalah salah satu anggotanya.

Berbeda dengan teman-temannya Nisa jarang menggunakan *Youtube* sebagai tempat mencari informasi musik Korea yang sedang dibutuhkan.

“*youtube* itu cakupannya luas, makanya saya malas untuk mencari informasi kpop disana, saya lebih sering menggunakan *Ganool.com*, *M-Net* dan *Koreanindo.com* untuk mengunduh musik korea, mencari informasi idola dan mengunduh drama dan film korea yang sedang tayang di Negara asalnya. Terkadang saya membuka *Youtube* jika ingin melihat *MV* terbaru korea dan tangga lagu Korea, karena di *Youtube* cukup akurat”.⁶⁴

h) Informan 8 (uni) : *Perempuan usia 22 tahun, mahasiswi Teknik Informatika UIN fakultas Sains dan Teknologi. Merupakan penggemar musik Korea yang jarang menggunakan Youtube*

Sri wahyuni atau Uni adalah penggemar aktif musik korea, uni mengakui mengenal *Youtube* tapi tidak terlalu sering menggunakannya. Hanya pada saat-saat tertentu

⁶³ Wawancara dilakukan pada 14/07/2014

⁶⁴ Wawancara dilakukan pada 14/04/2014

“iya saya tahu apa itu *Youtube*, semua informasi bisa ditemukan di *youtube*, apalagi informasi seputar musik Korea sudah tidak diragukan lagi. Tapi kalau saya pribadi saya hanya mengakses *Youtube* jika saya tahu *MV boyband* yang saya favoritkan akan segera dirilis. Biasanya *Youtube* menghadirkan *MV*nya eksklusif dan perdana dari situs-situs semacamnya”.⁶⁵

Uni biasanya mengakses informasi menggunakan smartphone miliknya di kampus dan di rumah jika sedang rajin ia bisa melakukannya sehari-hari.

- i) Informan 9 (Anis) : perempuan usia 19 Tahun, mahasiswi Pendidikan Matematika UIN fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Merupakan penggemar musik Korea yang sering menggunakan media Youtube dalam kesehariannya.

Informan ini sangat aktif menggunakan media Youtube sebagai mencari informasi baik itu informasi tentang musik Korea ataupun informasi lain. Keunggulan Youtube baginya, Youtube sangat mudah dalam mencari informasi musik Korea yang diinginkannya ini tidak terlepas dari nama Youtube yang sudah dikenal banyak pengguna media internet.

“*youtube* itu mudah apalagi jika menyangkut video konser-konser para idola di Korea. *Youtube* jagonya. Saya juga sering mendownload video dari *Youtube* ke akun saya. Biasanya saya menggunakan *youtube* mencari informasi idola musik Korea saya itu bisa sehari penuh. Pernah beberapa kali saya terlambat sholat.”⁶⁶

- j) Informan 10 (Eka) : perempuan usia 19 Tahun merupakan mahasiswi pendidikan Biologi fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Penggemar musik Korea yang aktif.

Sangat sering menggunakan Youtube untuk mengupload video-video *Flashmob* yang diadakan oleh komunitas musik koreanya. Eka merupakan seorang

⁶⁵ Wawancara dilakukan pada 14/07/2014

⁶⁶ Wawancara dilakukan pada 10/07/2014

anggota dari sebuah komunitas musik Korea. Sebagai anggota, Eka diharuskan selalu *up to date* dalam mengetahui segala informasi menyangkut idolanya. *Youtube* adalah media yang dipilih untuk melengkapi informasi yang dicarinya.

“saya menggunakan *Youtube* sebagai media dalam mencari info Kpop dan segala hal yang berkaitan dengan Korea sejak lama. Saya memilih *Youtube* karena beragam informasi bisa saya dapatkan disana. Bukan hanya informasi tentang idola saya. Tapi saya juga bisa mengunduh beberapa *video tutorial* berbahasa Korea dengan mudah. Mengetahui fashion yang sedang In di Korea sekarang. Karena selain saya menyukai Kpopnya saya juga suka budaya Korea termasuk bahasa dan gaya hidup mereka.”⁶⁷

k) Informan 11 (shirly) : *perempuan usia 22 tahun merupakan mahasiswa semester 8 jurusan Kebidanan Fakultas Ilmu Kesehatan UIN, penggemar musik Korea*

Informan ini menggunakan *Youtube* khusus untuk mencari informasi Korea yang digemarinya mulai dari musik Korea hingga budayanya. Shirly memilih *Youtube* karena lebih cepat memberikan informasi dan cukup akurat sampai sekarang. Shirly cukup intensif mencari informasi Korea di *Youtube* setiap hari

“ saya itu nonton di *Youtube* ataupun Cuma cari-cari informasi di *Youtube* seperti minum obat dosis dua kali sehari. Biasanya saya menggunakan hp untuk mencari informasi musik Korea dan menggunakan Laptop untuk sekedar menonton di *Youtube*. oh iya, selain musik Korea saya paling gemar mencari informasi tentang budaya Korea di *Youtube*”.⁶⁸

l) Informan 12 (hikma) : *perempuan usia 19 Tahun, mahasiswa semester empat jurusan Kebidanan Fakultas Ilmu Kesehatan UIN penggemar musik Korea*

Penggemar musik Korea ini mengaku serinag menghabiskan waktunya di kampus dan di warkop untuk sekedar mengunduh ataupun menonton berbagai informasi Korea yang ada di *Youtube*. Hikma menggunakan *Youtube* dua hingga tiga

⁶⁷ Wawancara dilakukan pada 10/07/2014

⁶⁸ Wawancara dilakukan pada 08/07/2014

kali dalam sehari. Jika sedang mengunduh sebuah video yang durasinya cukup lama, maka hikma bisa seharian berada di kampus atau di warkop.

“biasanya saya menggunakan *Youtube* untuk melengkapi koleksi Video artis Korea favorit saya, entah itu Video yang dimasukkan oleh para fans dari berbagai Negara, Video dari situs *official* idola saya dan video dari pemberitaan di Korea. Semua itu bisa saya temukan dengan mudah di *Youtube*. Saking sukanya saya kadang mengerjakan tugas kampus sambil mengunduh informasi di *Youtube*.”⁶⁹

m)Informan 13 (putri) : perempuan usia 20 tahun, merupakan mahasiswi semester empat jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

“*Youtube* merupakan salah satu jejaring sosial yang dapat memberikan kita informasi yang terjadi diluar sana, menyajikan video music maupun lucu yang baru diunggah oleh orang lain dan jika kita mempunyai akun sendiri maka kita juga mengunggah video yang kita inginkan” (01/07/14)

Bagi putri, *Youtube* lebih gampang, mudah dan akurat dalam memberikan informasi. Oleh Karena itu dalam melengkapi koleksinya sebagai penggemar musik Korea Putri memilih *Youtube* sebagai medianya.

“kelebihan *Youtube* karena ia tanpa sensor, jika kita menonton film yang kita inginkan. Tapi kekurangannya kadang *Youtube* hanya menampilkan cuplikan atau thriller dari film yang ingin di tonton “ (01/07/14)

Di akhir wawancara putri memberi kesimpulan bahwa *Youtube* baginya sudah menjadi media yang tepat dalam mencari informasi musik Korea karena berita tentang musik korea dan budaya pop Korea begitu banyak dan bisa dengan mudah ditemukan di *Youtube* tetapi untuk beberapa konten lain, *Youtube* masih kurang akurat bagi putri.

⁶⁹ Wawancara dilakukan pada 08/07/2014

n) Informan 14 (andah) : *perempuan usia 19 tahun merupakan mahasiswi semester empat jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas dakwah dan komunikasi*

Informan ini mengaku mengenal *Youtube* dan menggunakannya dalam keseharian ketika sedang ada keperluan

“ saya sering pake *Youtube* tapi bukan kepada mencari informasi hanya mengunduh informasi yang telah ada dan terkadang saya mengupload beberapa video pribadi ke *youtube*. ”⁷⁰

Andah sapaan akrab informan ini menggunakan *Youtube* dalam durasi yang singkat hanya satu atau dua jam saja. Sebagai penggemar musik Korea dan menyukai budaya Korea andah menggunakan *Youtube* untuk mengunduh video musik korea paling baru. Untuk menonton film atau drama Korea ia menggunakan media video yang lain. Ketika peneliti menanyakan apakah *Youtube* menurutnya sudah akurat, informan ini menjawab baginya *Youtube* belum sepenuhnya akurat, masih banyak video-video yang tidak tepat yang di masukkan oleh sembarang orang ke *Youtube*.

“tidak begitu akurat.karena namanya dunia maya pasti banyak orang-orang iseng yang mengunduh video yang salah atau tidak sesuai kenyataan ataupun informasi informasi yang lain karena tidaknya sistem yang dapat memfilter info yang benar dan salah,sehingga keakuratan informasi yang ada di *youtube* juga belum 100%”⁷¹

o) Informan 15 (Dian) : *perempuan usia 20 tahun, mahasiswi semester 4 jurusan Ilmu Politik Fakultas Ushuluddin & Filsafat.penggemar musik Korea.*

Penggemar musik Korea ini, lebih sering menggunakan *Youtube* untuk mendownload video-video dan video dari fans yang dimasukkan ke *Youtube*. Warkop dan kampus adalah tempatnya mengakses informasi idolanya melalui *Youtube*.

⁷⁰ Wawancara dilakukan pada 01/07/2014

⁷¹ Wawancara dilakukan pada 01/07/2014

“biasanya saya berlama-lama didepan laptop mengunduh informasi di *Youtube* paling lama tiga jam. Dan sehari bisa sampai dua kali jika tugas kampus sudah beres semua. Kenapa saya pilih *youtube* karena cepat dalam mengakses”.⁷²

p) Informan 16 (Rini) : *perempuan usia 18 tahun, mahasiswi semester empat jurusan Akidah Filsafat Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.penggemar musik Korea*

Ketika peneliti menanyakan kepada Rini alasannya memilih *Youtube* sebagai media mencari informasi idolanya disbanding media massa yang lain, Rini menuturkan karena *Youtube* memiliki kemudahan dan tampilan yang menarik.

“Selain karena tampilannya yang lebih menarik, *Youtube* bisa dengan mudah diakses, apalagi jika ada wifi gratis.”⁷³

Selain *Youtube*, Rini juga menggunakan beberapa media informasi lain di internet untuk memperkuat informasi musik Korea yang sedang dicarinya.

“Jika di *Youtube*, saya lebih sering mengakses informasi tentang artis idola saya. Dan untuk penyajiannya sendiri, sudah sangat sesuai dengan keinginan saya dalam mencari video-video terbaru yang berhubungan dengan artis idola saya”.(26/06/14)

Bagi informan ini, kelebihan *Youtube* yang menguntungkan bagi dirinya bisa mengakses informasi berbentuk video dan memasukkan informasi berbentuk video ke *Youtube*.

2. Pembahasan

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap enam belas informan yang merupakan mahasiswa UIN Alauddin Makassar yang menggemari musik Korea, peneliti mencatat bahwa para informan pertama kali mengenal Korea

⁷² Wawancara dilakukan pada 25/06/2014

⁷³ Wawancara dilakukan pada 26/06/2014

melalui *technology mediation* yaitu dengan media massa dan *social mediation* dimana mereka diperkenalkan oleh orang-orang di sekitar mereka.

Dari keenam belas informan, beberapa informan menjadikan media *Youtube* sebagai media untuk mencari informasi musik Korea yang diinginkan. Mereka sepakat bahwa media *Youtube* merupakan media yang akurat, mudah, cepat, *up to date*, dalam memberikan informasi yang mereka butuhkan. Oleh Karena itu mereka menjadikan media youtube sebagai media utama dalam mencari informasi Korea.

Beberapa informan lainnya seperti Putri dan Dian menggunakan media *Youtube* hanya sebagai sarana mencari informasi tertentu. Mereka tidak sepenuhnya menjadikan *Youtube* sebagai media utama pencarian informasi. Karena *Youtube* tidak memberikan banyak informasi yang mereka butuhkan. Sedangkan Rini informan lainnya jarang menggunakan *Youtube*. Bertukar informasi musik korea dari teman ke teman lebih dipilihnya.

Hidup ini dikendalikan media massa. Kalimat itu tidak dapat dipungkiri bila mengamati animo individu atau masyarakat terhadap berbagai program komunikasi melalui media massa seperti surat, kabar, radio, televisi, majalah, dan film. Belum lagi munculnya media *online* seperti *Youtube*. Sejak bangun tidur, melakukan aktivitas harian, sampai tidur kembali manusia tidak lepas dari terpaan atau menerpa diri terhadap media.

Menurut Mc Quail, selain sebagai pemberi informasi media massa juga mempunyai beberapa fungsi. Fungsi yang pertama yaitu sebagai model perilaku. Model perilaku dapat diperoleh dari sajian media. Apakah itu model perilaku yang sama yang dimiliki atau bahkan yang kontra dengan yang dimiliki. Informan firman adalah bukti dari fungsi media massa yang pertama ini, informan Firman menggunakan *Youtube* (media massa) sebagai sarana mencari informasi musik Korea

favoritnya. Selain mengunduh ia juga memasukkan beberapa video ke dalam *Youtube*. Informan Firman tidak sekedar menggemari musik Korea tetapi mengaplikasikan kegemarannya itu menjadi sebuah hobi dan pekerjaan yang sedang digelutinya saat ini. Informan Firman merupakan seorang *dance cover* yang memiliki komunitas berbeda dengan komunitas penggemar musik Korea namun kebanyakan anggota komunitas *dance cover* merupakan anggota penggemar musik Korea. Tetapi tidak semua anggota komunitas penggemar musik Korea adalah anggota *dance cover*. Anggota *dance cover* dipilih berdasarkan kemampuan mereka melakukan gerakan-gerakan tari. Gerakan-gerakan tari tersebut bersumber dari idola musik korea yang mereka gemari. *Dance cover* yang firman dan teman-temannya pentaskan kemudian di masukkan ke *Youtube*.

Fungsi media massa yang kedua yaitu sebagai sarana mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain (dalam media). Manusia memiliki nilai-nilai hidupnya sendiri yang pada gilirannya akan digunakan untuk melihat dunia namun manusia juga perlu untuk melihat nilai-nilai yang diciptakan oleh media. Seperti yang diketahui media membawa nilai-nilai dari berbagai penjuru dunia. *Youtube* memberikan beragam informasi tentang dunia korea dari dunia hiburan, seni dan budaya semua bisa ditemukan dengan mudah dan cepat di *Youtube*. Hasil yang diperoleh dari para informan yang merupakan penggemar musik Korea, mereka dapat mengetahui nilai-nilai lain di luar nilainya. Sajian Korea yang disuguhkan *Youtube* menambah informasi dan pengetahuan para informan. Hal ini sejalan dengan kegemaran para informan yang tidak hanya menggemari musik Korea saja. Beberapa Informan seperti Putri dan Rini selain mengakses informasi musik Korea di *Youtube* mereka juga mengakses Video tutorial berbahasa Korea. Berbeda dengan Hikmah informan dari fakultas Adab dan Humaniora selain mengagumi musik korea dan artisnya, hikmah

menyukai baju adat korea selatan yang dikenal dengan *Hanbook*. Hikmah banyak mengoleksi video membuat dan mendesain *Hanbook* modern.

Fungsi ketiga media massa adalah sebagai pemberi identitas, dimana media merupakan sarana untuk meningkatkan pemahaman mengenai diri sendiri. Untuk melihat serta menilai siapa, apa dan bagaimana diri seseorang, pada umumnya dibutuhkan pihak lain. Seseorang harus meminjam kacamata orang lain. Media dapat dijadikan sebagai salah satu kacamata yang dipergunakan untuk melihat siapa, apa serta bagaimana diri ini sesungguhnya. Keenam belas informan membangun ideentitas diri mereka berbeda-beda. Beberapa informan sengaja bergabung di komunitas-komunitas musik korea untuk meningkatkan identitas ke-korea-an mereka. Selain itu para informan yang menggunakan *Youtube* untuk mencari informasi musik Korea pada umumnya mengerti dan tahu cara berbicara dalam bahasa Korea. Sebagian menggunakannya dalam kehidupan sehari-hari ketika para penggemar ini bertemu. Mereka sudah terbiasa bercakap-cakap dalam bahasa Korea. Tidak semua informan ingin menonjolkan identitas ke-korea-an mereka, Rini informan dari Fakultas Syariah dan Hukum misalnya ia bahkan jarang menggunakan media *Youtube* untuk mengakses informasi musik Korea yang ia gemari, ia juga tidak mendaftarkan diri dalam komunitas dimana sebagian anggota komunitas adalah teman-temannya. Rini memberi batasan tersendiri bahwa kegemarannya pada musik Korea merupakan sebuah hobi yang tak lain hanyalah sebuah hiburan. Perilaku sehari-hari, sopan santun, cara berbicara dan cara berpakaian tidak memiliki hubungan dengan kegemarannya pada musik Korea.

Fungsi keempat media massa, sudah jelas disepakati oleh keseluruhan informan. Keenam belas informan sepakat bahwa kehadiran *Youtube* sebagai media mencari informasi musik Korea adalah alternatif baru yang bisa dipilih ketika mereka

bosan dengan media seperti Televisi, majalah yang terbatas memberikan informasi musik Korea yang dibutuhkan. Media massa sebagai Hiburan berkaitan dengan itu menjalankan fungsinya sebagai pelepas khalayak dari masalah yang sedang dihadapi. Rasa jenuh didalam melakukan aktivitas rutin pada saat tertentu akan muncul. Di saat itulah media menjadi alternative untuk membantu didalam melepaskan diri dari problem yang sedang di hadapi. Beberapa informan seperti Hikma, Shirly, Andah dan Dian mengakses informasi dari *Youtube* ketika mereka memiliki waktu luang atau ketika sedang rehat dari tugas kampus bahkan Hikma yang merupakan mahasiswa Kebidanan terkadang mengakses informasi di *Youtube* sambil mengerjakan tugas kampus. Khalayak juga perlu memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis dari mengkonsumsi media. Manusia tidak saja perlu untuk memenuhi kebutuhan fisiknya namun juga harus memenuhi kebutuhan rohaninya. Kebutuhan ini dapat terpuaskan dengan adanya media massa. Media massa memenuhi kebutuhan tersebut dengan sajian yang menurut media bersangkutan dapat dinikmati dan memiliki nilai estetika dan tentunya hiburan. Selain itu media massa juga dapat berfungsi sebagai pengisi waktu seperti yang dilakukan beberapa informan, dimana ini masiha termasuk fungsi media massa sebagai sarana hiburan bagi khalayak. Beberapa informan mencari informasi musik korea di *youtube* sebagai sebuah aktivitas sehari-hari bukan suatu hal yang terasa berat bagi mereka. Semuanya terjadi begitu saja.

D. Informasi Musik Korea di Youtube terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UIN Alauddin Makassar sebagai Penggemar Musik Korea

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap para informan, dapat dilihat bagaimana mereka mengenal musik Korea sebagai bagian dari budaya Korea. Keenam belas informan pilihan tak bisa dipungkiri mulai mengenal budaya Korea

melalui media massa. Tak bisa ditampik bahwa arus globalisasi menyebabkan pemanfaatan teknologi dan komunikasi melalui media massa merupakan hal yang lumrah dan paling banyak digunakan masyarakat dewasa ini. Menurut John Storey, konsumsi atas suatu budaya populer akan selalu memunculkan adanya kelompok penggemar, bahwa penggemar adalah bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya. Sementara Henry Jenkins memandang aktivitas pembacaan yang dilakukan penggemar adalah sebuah pengembangan “tindakan berburu menjadi sebuah seni”. Penggemar digambarkan oleh Jenkins sebagai individu yang tengah melakukan sebuah perburuan makna atas suatu produk budaya dimana pemaknaan tersebut adalah sebuah perburuan makna atas suatu produk budaya.

Salah satu yang menarik dari penggemar musik Korea adalah gaya hidup yang tercipta dari kegemaran mereka terhadap musik Korea ataupun budaya Korea.

a. Informan 1 (Hikmah)

Hikmah mengenal Korea sejak tahun 2006 melalui drama yang disiarkan televisi swasta saat itu. Sejak saat itu, Hikmah menjadi penonton setia drama Korea. Lambat laun ia sering mendengarkan musik Korea. Hingga ketertarikannya pada musik Korea lebih tinggi daripada drama Korea. Selain menonton drama Korea, Rifa juga akhirnya sering membeli DVD drama dan lagu-lagu Korea. Karena seringnya menonton produk hiburan Korea, Rifa menjadi sering *searching* di internet termasuk *Youtube* dan membaca berbagai literature tentang tayangan hiburan Korea serta *download Mv-Mv* Korea.

“Waktu sudah mulai akrab dengan Korea, saya rajin *searching* di internet seperti *Youtube* dan *Mnet* karena penasaran. Kemudian, saya menemukan banyak artikel tentang Korea. Tidak menyangka saja bahwa Korea sepopuler itu.”⁷⁴

⁷⁴ Wawancara dilakukan pada 02/07/2014

Dari kegemarannya internetan, ia akhirnya masuk berbagai forum penggemar Korea di beberapa *website*. Melalui forum inilah Hikma memiliki banyak teman sesama pecinta Korea. Mereka saling tukar menukar informasi seputar Korea. Bahkan dari sini pula Hikmah diajarkan cara membuat *kimchi*. Dari pertemanan melalui dunia maya ini pula hikmah diperkenalkan dengan dunia musik Korea atau Kpop lebih dalam lagi.

Hikmah merasa artis k-pop ini sangat energetic dan keren. Saat itu, sedang *booming-booming* nya *boy band Super Junior*. Mulai dari situ, Hikmah memantapkan diri menjadi penggemar boy band ini.

Berbeda dengan subjek yang lainnya, Hikma setia pada satu boy band saja yaitu Super Junior. Dia sangat fanatik dengan boy band ini dan menurutnya tak adaandingannya jika dibandingkan dengan boy band lain.

“*Super Junior* adalah *boy band* paling keren dan E.L.F adalah fandom paling oke. Lihat saja jumlah peminatnya, baru dua tahun saja ELF sudah menjadi fandom terbesar Korea di Makassar”.⁷⁵

Kefanatikannya pada Super Junior dibuktikannya dengan cara membeli kaset original Super Junior untuk mendukung kemajuan boy band ini.

“Semua kaset-kaset *Super Junior* di rumah saya beli lewat bantuan teman di *sj-world.net* yang berdomisili di Korea. Saya berpikir buat apa saya *fans* dengan *Suju* kalau saya tidak membeli kaset *originalnya*. Dengan membeli kaset *original Suju* maka akan berdampak pada rating kepopuleran *Suju*. Saya ingin *Suju* tetap menjadi *boy band* nomor satu di Korea. Saya juga menyarankan beberapa teman saya untuk membeli kaset *originalnya*.”⁷⁶

b. Informan 4 (Rini)

Sebagai seorang anggota *fandom*, Rini mulai tergila-gila dengan budaya pop Korea sejak dia masih duduk di kelas satu Sekolah Menengah Pertama (SMP), tahun.

⁷⁵ Wawancara dilakukan pada 02/07/2014

⁷⁶ Wawancara dilakukan pada 02/07/2014

Didi' mengaku mulai mengenal Korea di tahun 2008, namun saat itu dia belum begitu menggandrunginya karena seleranya lebih condong ke film-film Barat. Namun, saat menyaksikan serial drama Korea yang diputar di Indosiar, ia merasa terhanyut dengan alur ceritanya. Para pemainnya yang memiliki wajah tampan membuat serial Korea ini dinanti para penggemarnya

“ Saya mulai mengenal tayangan Korea sekitar tahun 2008. Waktu itu lagi booming-nya serial *Goong di Indosiar*, tapi saat itu saya masih sekedar menonton dan belum begitu tertarik berhubung serial semacam ini masih baru di Indonesia. Apalagi saat itu serial dari Jepang lebih mendominasi. Ceritanya sangat bagus ditunjang dengan wajah tampan pemainnya. Dari situ, saya akhirnya menjadi penonton setia tayangan Korea dan bahkan mengoleksi hal-hal yang berhubungan dengan Korea.”⁷⁷

Seiring banyaknya peminat serial Korea, menjamurlah serial-serial dari negeri ginseng tersebut di berbagai stasiun televisi. Rini yang saat itu memang sudah mulai menyukai serial korea, akhirnya menjadi penonton setia. Mulai dari situ, ia terus mengikuti perkembangan film Korea yang diputar di stasiun televisi nasional. Namun tidak hanya sampai disitu, ia juga mulai melirik film-film besutan sutradara Korea yang banyak dijual di *mall-mall* atau di toko kaset.

Semakin banyak referensi film yang ia dapatkan membuatnya makin ketagihan menyaksikan film maupun drama Korea. Ia bahkan kini tidak lagi mesti menunggu jadwal penayangan film maupun drama Korea di televisi maupun di bioskop karena membeli DVD dianggapnya alternatif yang lebih bagus daripada harus mengikuti jadwal penayangan di stasiun televisi. Hal ini juga didukung dengan menjamurnya penjualan DVD Korea.

“ Menurut saya, agak membosankan menunggu jadwal tayang serial drama Korea setiap hari. Jadi, saya mencari DVD nya supaya bisa menonton sepuas hati. Mulai dari situ saya melihat ternyata DVD yang dijual tidak hanya drama Korea tapi juga film. Dari situ, saya mencoba untuk menonton filmnya. Ternyata film-film Korea punya cerita yang seru dan beragam. Sejak saat itu saya terus membeli DVD film dan drama Korea. Bahkan sekarang saya punya

⁷⁷ Wawancara dilakukan pada 13/07/2014

penjual langganan di mall yang selalu memberikan info jika ada DVD Korea terbaru.”⁷⁸

Setelah mengoleksi berbagai kaset film, dan drama sekaligus, perhatiannya juga mulai terbagi pada *boy band* dan *girl band* Korea yang ikut menanggung kesuksesan dengan terkenalnya Korea di berbagai belahan dunia sebagai eksportir film dan drama.

“Selain mengkonsumsi drama dan film saya juga suka k-pop. Terutama *Super Junior*, *SS501* dan *Wonder Girls*. Artis *k-pop* punya ciri khas tersendiri. Mereka memadukan musik dan *dance* yang keren.”⁷⁹

Awalnya, Rini mengaku tidak menyukai *boy band* dan *girl band* tersebut karena dianggap lebay dan sekumpulan orang yang hanya bisa menyanyi rombongan dengan mengandalkan penampilan fisik semata. Bahkan ia menganggap *boy band* Korea sebagai sekumpulan banci. Namun, pandangan negatifnya terhadap artis k-pop tersebut berubah setelah menyaksikan sebuah *reality show* di *Youtube* yang membahas tentang kehidupan para artisnya.

“Jujur, saat teman memperlihatkan *video klip* sebuah *boy band* Korea, saya *ilfeel*. Menurut saya aneh saja ada sekumpulan cowok menyanyi rombongan dengan menggunakan bedak dan *lipgloss*; seperti banci. Tapi pikiran saya berubah total saat menyaksikan sebuah *reality show* yang di *download* teman saya lewat *Youtube*. *Reality show* itu menceritakan bagaimana kehidupan sehari-hari para artis *k-pop*. Ternyata mereka tidak seperti yang saya bayangkan. Mereka cukup *macho* dalam kesehariannya saat mereka tidak manggung. Berdandan saat di panggung ternyata memang sebuah tuntutan profesi dan mereka melakukan hal itu karena tuntutan profesi.”⁸⁰

Saat ada orang-orang di sekitarnya yang mulai mencemooh *boy band* dan *girl band* Korea seperti yang dilakukannya dulu, ia merasa gusar.

“Saya gampang kesal saat bertemu dengan orang yang menjelek-jelekkan artis *k-pop*, walaupun awalnya saya juga dulu seperti itu. tapi hal ini memberikan saya sebuah pelajaran untuk tidak men-judge sesuatu sebelum mengetahuinya dengan baik. Saya harap orang lain juga berpikiran sama. Kita tidak berhak

⁷⁸ Diwawancarai pada 12/07/2014

⁷⁹ Diwawancarai pada 14/07/2014

⁸⁰ Diwawancarai pada 14/07/2014

men-*judge* artis k-pop karena dandanannya. Mungkin itu sudah menjadi sebuah *culture* bagi para artis di sana untuk ber-make up, tidak peduli cowok maupun cewek.”⁸¹

Budaya pop Korea bisa dibilang sudah menjadi bagian dari siklus hidupnya. Setiap hari, rata-rata Rini mengonsumsi tayangan Korea kurang lebih enam jam. Ia mengaku hampir setiap hari setelah pulang kuliah, Rini langsung menonton film dan drama Korea dalam bentuk DVD atau menonton video klip dari *Youtube*.

Bukan hanya Rini yang mengalami hal serupa, informan 5 (Hikmayani) ternyata sangat menggandrungi budaya pop Korea. Tiap hari, dikampus Hikmayani dan teman-temannya selalu membicarakan hal-hal yang berkisar tentang Korea mulai dari film, drama hingga musik. Berangkat dari kesamaan ini, ia dan teman-temannya memutuskan untuk membuat grup dance k-pop ala *boy band* dan *girl band* Korea yang terkenal dengan ciri khas joget *dance*-nya

“Bisa dibilang Korea merupakan negara Asia yang sangat luar biasa. Citra Korea baik di mata dunia dan mereka akan lebih mudah diterima di dunia Internasional. Saya sangat excited dengan negara satu ini. Contoh kecil saja, suatu kali saya pernah ke *Lotte Mart*. Di tempat itu dipajang bendera Korea ukuran besar. Hanya dengan melihat benderanya saja saya jadi sangat senang. Di rumah saya juga banyak mengoleksi pin, kipas, tas, DVD dan segala hal yang berbau Korea. Saya juga mulai tertarik mengonsumsi makanannya seperti Kimchi yang sangat populer. Mungkin ini salah satu efek kegemaran saya mengonsumsi tayangan Korea. Kita merasa menjadi begitu dekat. Ternyata banyak teman-teman saya yang juga tergila-gila dengan Korea. Suatu hari, saat berbincang mengenai k-pop, kami jadi punya ide untuk membentuk sebuah grup dance yang menirukan dance ala artis k-pop.”⁸²

Dengan bergabung di dua *fandom* tersebut Didi’ bisa meng-*up grade* pengetahuannya tentang Korea melalui teman-teman sesama anggota. Ia merasa, hadirnya *fandom* seperti ini lebih memperkuat dan menambah kekagumannya terhadap Korea. Ia memiliki teman-teman yang punya selera sama dengannya.

⁸¹ Diwawancarai pada 14/07/2014

⁸² Diwawancarai pada 12/07/2014

“*Fandom* menjadikan saya lebih fanatik lagi terhadap Korea dibandingkan sebelumnya. Dengan keberadaan *fandom*, kecintaan saya akan tayangan hiburan Korea bisa tersalurkan. Bahkan, dalam *fandom*, kami sesama anggota menerapkan panggilan *hyung, oppa, noona* dan *onnie* dalam menyapa sesama anggota. Orang Korea juga seperti itu. Mereka sangat sopan dalam menyapa orang lain.”⁸³

Banyak hal positif yang ia dapatkan dari sini terutama persahabatan. Namun Didi’ juga tidak menampik ada sisi negatif dari kegiatannya tersebut.

“Menjadi seorang anggota *fandom* tentunya akan membuat kita lebih banyak link dan kita bisa saling diskusi serta tukar menukar informasi. Namun saya tidak menampik, sisi negatif pasti ada. Pertama sangat membuang banyak waktu dan kedua tentunya juga materi. Kita dituntut untuk meng-up grade pengetahuan kita seputar dunia hiburan Korea, karena pasti ada perasaan minder saat kita ketinggalan informasi. Dan tentunya ini mengurangi uang saku. Selain itu, kebanyakan kita kumpul-kumpul di tempat makan, belum lagi pengeluaran untuk membeli DVD terbaru”⁸⁴

c. Informan 2 (Firman)

Firman adalah satu dari segelintir anggota *fandom* laki-laki. Firman merupakan anggota dari beberapa *fandom* yaitu E.L.F., D.O.EXO Rasio perbandingan jumlah anggota *fandom* laki-laki dan perempuan dalam *fandom* Korea memang lebih didominasi kaum hawa. Namun, Firman boleh dibilang tidak kalah dengan anggota *fandom* perempuan dalam hal kefanatikannya terhadap Korea.

“terhadap musik Korea dan seluk beluknya saya bisa dikatakan fanatic dengan mereka. Saya sangat mencintai dunia kpop”⁸⁵

Bahkan ia juga mulai mengoleksi sendiri beberapa DVD Korea atas rekomendasi temannya.

“Film-film Korea punya banyak varian cerita. Mulai dari komedi, cinta dan persahabatan semua terjalin dalam irama sopan santun khas Korea. Saya bisa betah menghabiskan tiga film Korea dalam sehari. Hal yang paling saya suka dari film Korea adalah mereka masih mempertahankan culture mereka di

⁸³ Diwawancarai pada 13/07/2014

⁸⁴ Diwawancarai pada 13/07/2014

⁸⁵ Diwawancarai pada 13/07/2014

tengah arus globalisasi. Jadi, sentuhan Korea masih tetap ada di setiap filmnya. Misalnya cara mereka saling bertegur sapa, atau memberi pengormatan yang tinggi kepada orang tua. Berbeda sekali dengan film Indonesia yang sok kebarat-baratan.”⁸⁶

Sejak menggandrungi film dan drama Korea, Firman mulai mengoleksi berbagai DVD Korea serta video *variety show* yang ia *download* melalui *Youtube*. Ia bahkan tidak lagi mengonsumsi tayangan film maupun drama lokal ataupun film import baik dari Jepang maupun Amerika yang menjadi saingan terberat produk hiburan Korea di Indonesia. Baginya tayangan Korea jauh lebih bagus. Karena seringnya menonton Korea, Ia mulai belajar bahasa Korea secara otodidak lewat kamus atau menggunakan sarana internet. Seringkali ia menerapkan dan melatih kemampuan bahasa Koreanya dengan sesama teman di kampus yang juga tahu sedikit bahasa Korea.

Tidak hanya sampai disitu, Ia juga mulai menggandrungi *fashion* ala artis Korea yang sangat akrab dilihatnya melalui tayangan film maupun k-drama.

“Menurut saya *fashion* Korea itu bagus dan tidak kalah dengan Jepang. Bahkan sekarang gaya berbusana Korea juga menjadi perhatian publik Internasional. Cara busana mereka lucu dan unik. Kadang tidak pernah terpikirkan memadupadankan jaket dengan celana tiga perempat. Tapi di Korea banyak yang bergaya seperti itu. Istilahnya mereka baju formal yang diberi nuansa santai. Atau kadang-kadang mereka juga menggunakan baju bertumpuk-tumpuk. Biasanya kan kalo kita di Indonesia kalau sudah pake kaos oblong ya kaos oblong saja. Tapi kalo di Korea mereka bisa menggunakan kaos oblong, *blazer*, syal dan jas sekaligus.”⁸⁷

Firman menyukai *dance* sejak masih di Sekolah Menengah Pertama (SMP), namun kegemarannya itu tak tersalurkan. Ia hanya berlatih di rumah, itu pun dengan gaya yang sangat sederhana. Bak gayung bersambut, Fikar yang saat itu merencanakan untuk membuat grup *dance* k-pop mengajaknya ikut bergabung. Akhirnya terbentuklah *Evolution Boy*. *Evolution Boy* terdiri dari lima anggota yang

⁸⁶ Diwawancarai pada 13/07/2014

⁸⁷ Diwawancarai pada 13/07/2014

bertujuan untuk menyalurkan bakat *dance* mereka dengan mengadopsi *dance* ala artis k-pop, beserta busananya. Untuk masalah busana, mereka menjadikan referensi *boy band* Korea yang disaksikan lewat *video klip* atau membeli majalah yang mengulas *trend* busana Korea. Selain itu, mereka tidak khawatir untuk mendapatkan busana karena di Makassar sudah banyak toko-toko yang menjual pakaian yang diimpor langsung dari Korea. Atau kalau ingin yang lebih murah, mereka juga sering berbelanja baju bekas di beberapa *market* yang menjual baju bekas layak pakai dari berbagai Negara di Asia.

Informan 3 (Rini)

Rini merupakan salah satu penggemar musik Korea. Artis sekaligus penyanyi yang paling diidolakannya adalah Park shin hye. Awal mula ketertarikannya pada penyanyi ini mulai dari drama-drama yang dibintangi Park shin hye. Selain menjadi aktris dalam drama-dramanya Park shin hye kerap menjadi pengisi soundtrack drama tersebut. Rini mempunyai beberapa koleksi album kompilasi Park Shin Hye dan koleksi DVD drama Korea Park shin hye. Jika kebanyakan penggemar musik Korea terlena dengan semua hal yang berhubungan dengan Korea, seperti menghafal dan mengerti lirik lagu Korea hingga mempelajari bahasanya, meniru cara berpakaian artis Korea hingga mendaftarkan diri di komunitas khusus penggemar musik Korea, Rini menyukai Korea cukup sebagai hiburan baginya.

“saya suka dengan musik Korea, wajah-wajah artisnya yang menawan, masakannya yang unik, cara berbicara dan pakaiannya yang terlihat selalu keren. tapi untuk cara berpakaian dan penampilan dalam keseharian saya mempertahankan gaya saya yang sudah ada jauh sebelum mengenal musik Korea”⁸⁸

Informan 6 (Reskiana)

Reskiana merupakan anggota komunitas Elf. Sebuah komunitas khusus penggemar boyband Super Junior. Mahasiswa semester empat ini mengaku telah lama menggandrungi budaya Korea khususnya Kpop. Berawal dari kakak perempuannya yang lebih dulu menggemari dunia Kpop.

“Saya sangat menggemari music korea. Saking gemarnya saya selalu mengakses informasi tentang artis korea atau MV terbaru. Dulu saya juga sering memburu majalah seputar k-pop yang berhadiah atribut-atribut kpop.

⁸⁸ Diwawancarai pada 06/07/2014

Terkadang, saya juga suka membeli atribut kpop. Saya terkesan fanatic karena selalu mengakses informasi tentang kpop setiap hari. Keunggulan music korea, nadanya enak didengar baik itu nge-beat atau bahkan slow. Artisnya juga selain tampan/cantik, mereka jago nge-dance. Music korea nadanya seperti bercampur menjadi satu. Semua alat musiknya seperti bersatu. Dibandingkan dengan music yang pernah saya dengar, walaupun banyak terdengar alat music dalam satu lagu, tapi terkesan hanya satu alat music yang lebih dominan terdengar”.⁸⁹

Berhubungan dengan Fashion, Reskiana mengaku ia memiliki gaya Fashion yang berbeda ketika berada di kampus dan diluar kampus

“selain Kpop dan bahasanya yang unik saya juga suka Fashionnya. Kadang ketika membeli baju saya menggunakan fashion Korea sebagai referensi. satu kendala saya adalah saya tidak bisa menggunakan fashion ala korea saya itu di berbagai tempat. Pertama, saya pengguna Hijab dan saya adalah mahasisiwi dari kampus islam yang punya aturan ketat dalam berpakaian. Jadi saya memakai gaya busana ala Korea yang nyama di diri saya yang pertama, dan ketika momen-momen tertentu. Seperti meet up dengan teman komunitas atau sedang hang out di mall. “ (13/07/14)

d. Informan (7) Nisa:

Awal Nisa menyukai tayangan Korea kurang lebih tiga tahun lalu saat ia berkunjung ke rumah temannya untuk meminjam DVD film Barat. Saat itu, kebetulan temannya sedang menonton film Korea berjudul “*Beautiful Girl*” milik kakaknya. Nisa pun ikut larut menonton film tersebut dan merasa tertarik dengan alur ceritanya. Nisa memutuskan untuk meminjam beberapa DVD Korea milik kakak perempuan temannya itu.

Mulai dari situ, Nisa intens menonton k-drama di beberapa stasiun televisi dan kadang membeli DVD film Korea yang banyak tersedia di mall. Ia juga mulai membaca berbagai referensi mengenai artis Korea melalui internet.

⁸⁹ Diwawancarai pada 13/07/2014

Melalui *searching* di internet itulah, Nisa menemukan sebuah blog yang membahas tentang berkembangnya k-pop. Dengan penuh rasa penasaran akan k-pop, Nisa men-*download* video klip artis k-pop di *Youtube*. Awalnya, saat menyaksikan video klip Super Junior ia merasa agak asing dengan gaya *boy band* ini. Maklum di Indonesia belum ada *boy band* seperti itu. Namun, semakin sering menyaksikan video klip k-pop ia merasa semakin menyukainya. Pada akhirnya Nisa memutuskan menjadi fans Super Junior member yang paling dikaguminya adalah Yesung.

“Saya pertama kali kenal k-pop dari teman kemudian merasa penasaran dan mulai mencari referensi melalui internet. Awalnya saya hanya ingin mencari referensi artis Korea tapi tanpa sengaja masuk ke blog yang membahas demam k-pop. Saya mulai penasaran dan akhirnya menelusuri lewat *Youtube*. Awalnya kurang tertarik sih dengan mereka tapi lama-lama saya merasa musiknya *easy-listening* dan sangat atraktif. Saat mendengarkan k-pop dengan musiknya yang *powerfull* seakan mengajak kita untuk mengikuti dance mereka. Saya sangat suka dengan Super Junior, SHINee dan Girls Generation.”⁹⁰ (14/07/2014)

Dalam kesehariannya gaya berpakaian Nisa biasa-biasa saja, seperti informan 6 ia menggunakan atribut korea hanya pada beberapa momen tertentu seperti ketika ada gathering di komunitas penggemar Korea yang dimasukinya.

“Saya tidak pernah menggunakan atribut korea ke kampus, saya hanya menggunakannya ketika ada event-event kpop, seperti gathering, dsb. Walaupun saya pecinta kpop, tapi tidak harus semua fashion kpop diikuti”

Ketika ditanya tentang kemahiran berbahasa Korea, Nisa mengatakan Bahasa Korea itu bahasa yang unik dan lucu ia sangat atraktif ketika mendengarkan penyanyi korea bernyanyi atau ketika sedang menonton dramanya. Ini membuatnya ingin mengenal bahasa Korea, karena menyukai musik Korea dan hampir setiap hari ia memutar lagu-lagu Korea di playlist hpnya ia jadi terbiasa mendengar bahasa korea. Terkadang Nisa mencari referensi bahasa korea sehari-hari. Untuk dipraktekkan ketika sedang bersama teman-teman yang juga menyukai kpop.

⁹⁰ Diwawancarai pada 14/07/2014

“Saya Tidak terlalu sering menggunakan bahasa ini dengan orang-orang yang tidak mengerti bahasa Korea. Biasa untuk teman-teman yang juga suka kpop. Saya juga tidak mempelajari semua kosakata bahasa hangul hanya bahasa hangul yang sudah umum diketahui orang banyak. Contoh memperkenalkan diri: Annyeong haseyo chingu...Naneun han mi ran imnida, Joneun Indonesia saramiyeyo Joneunyeol-yeodeolsalimnida Mannaseo Bangapseumnida...Kamsahamnida”.⁹¹

Informan 8 (Uni)

Mahasiswi 22 tahun ini merupakan anggota dari fandom Sone. Sone adalah nama fandom resmi sebagai tempat berkumpulnya penggemar musik korea yang khusus hanya mengidolakan Girlband Korea SNSD atau nama internasionalnya Girls Generation. Uni sudah lupa awal mula ia menyukai kpop tapi yang masih jelas diingatnya sampai sekarang, puncak kegilaannya pada kpop dan drama korea di awal 2010 bersamaan dengan diterimanya menjadi mahasiswi baru di kampus UIN. Ditahun itulah ia mendaftarkan diri menjadi anggota fandom Sone, rajin mengupdate informasi seputar musik Korea, rajin mengikuti gathering sesama fans ataupun antar fandom yang berbeda dan yang masih dilakukan hingga saat ini adalah ia masih rajin mengumpulkan pernik pernik idolanya. Koleksi terbarunya saat ini adalah sebuah jam tangan merek Baby G dimana para anggota SNSD menjadi brand Ambassadors-nya. Hanya karena jam tangan perempuan merek Baby G dipakai oleh SNSD, Uni rela menghabiskan uang sakunya sebesar satu juta lima ratus ribu rupiah untuk membeli original jam tangan Baby G. sampai sekarang ia masih menggunakan jam tangan tersebut dan merasa bangga memilikinya.

“seperti kepuasan tersendiri bagi saya jika bisa mendapatkan sesuatu yang dimiliki sang idola. Seperti jam Baby G yang saya punya ini, saya harus menabung uang saku untuk bisa mendapatkannya”.⁹²

⁹¹Diwawancarai pada 14/07/2014

⁹² Diwawancarai pada 14/07/2014

informan 9 (Anis) merupakan penggemar musik Korea yang menggunakan atribut korea yang dimilikinya ke kampus. Atribut yang digunakannya lebih banyak berupa barang-barang seperti tas, sweater, pin-pin, stiker di Laptop dan motor,

“saya merasa sangat fashionable jika berpakaian ala Korea. Di kampus saya sangat menonjol diantara teman-teman. Semua teman-teman yang mengenal saya tahu kalau saya ini pencinta musik Korea karena hampir setiap hari menggunakan atribut Korea ke kampus apalagi atribut yang berhubungan dengan idola saya, Super Junior.”⁹³

Berbeda dengan Anis, Dian Informan 15 mengaku yang paling disukai dari k-pop adalah *dance*-nya. Dia bahkan sering mengikuti tarian *boy band* atau *girl band* Korea. Tapi ia hanya sekedar berlatih di kamar dengan gerakan yang gampang saja karena tarian Korea cukup sulit untuk dipraktekkan. Ia tidak punya pikiran untuk membentuk grup *dance* karena menurutnya ia kurang berbakat. Ia hanya menjadikan tarian tersebut sebagai senam pagi untuknya.

Untuk lebih bisa mengekspresikan kegemarannya akan Korea dan bertemu dengan teman sesama pecinta Korea, Dian diajak oleh temannya mengikuti *gathering* k-pop. Di sini mereka bisa mendapatkan *link* beberapa *fandom* resmi yang ada di Makassar. Mulai dari situ, mereka tertarik untuk mengikuti setiap *gathering* yang diadakan *fandom*.

“Saya pertama kali ikut *gathering* k-pop dimana beberapa *fandom* bergabung membuat acara. Sejak saat itu, setiap dapat info mengenai *gathering*, saya dan teman juga ikut. Acaranya seru dan kita bisa nonton bareng dengan sesama anggota *fandom* dan mendapatkan *merchandise*.”⁹⁴

Mengenai kegemarannya terhadap Korea, ia mengaku tidak banyak orang yang tahu. Keluarga pun tidak mengetahui hal ini, hanya beberapa teman dekat saja yang tahu. Dian tidak ingin banyak orang yang tahu hal ini dan berpikiran negatif tentangnya, jadi kesenangannya akan Korea tidak pernah diumbar.

⁹³ Diwawancarai pada 10/07/2014

⁹⁴ Diwawancarai pada 01/17/2014

Informan selanjutnya adalah Putri. Informan ke 13 ini merupakan biangnya penggemar musik Korea di UIN. Kenapa peneliti menuliskan demikian karena hampir semua informan yang dipilih mengarahkan untuk mengajak Putri untuk dijadikan informan juga. Putri merupakan seorang penggemar Korea yang aktif. Putri banyak mengikuti komunitas dan didalamnya ia memegang jabatan bukan sekedar sebagai anggota saja. Putri mengaku mengenal musik Korea sejak 2006 silam. Kini ia adalah seorang mahasiswa semester empat di UIN. Menurutnya menggemari musik Korea bukanlah hal yang salah karena para idola Korea memang pantas untuk diidolakan. Bagi putri para idola Korea akan selalu bersinar dimatanya.

“Ya, saya punya komunitas kpop yaitu ELF IMNIDA, SPY GILRS (grup dance), ELF Makassar, Drama Lovers Makassar dan Runners Makassar. Di ELF IMNIDA saya Admin, SPY GIRLS: Lead ELF Makassar: member, Drama Lovers Makassar: member, dan Runners Makassar: member”⁹⁵

Informan (16) Rini, menjadi seorang Korea Lovers sejak tahun 2009 saat menyaksikan serial *Boys Before Flowers* di Indosiar. Ia mengaku daya tarik utama dari serial ini adalah aktornya yang tampan. Rini yang saat itu mulai tergila-gila pada serial ini merasa penasaran dan mulai mengoleksi majalah-majalah remaja yang membahas tentang *Korean Wave*. Ia juga *searching* melalui internet untuk mencari info tentang artis-artis Korea.

Selain melalui televisi, Rini juga sering membeli DVD film Korea. Dulu hampir setiap *weekend* ia dan teman sekolahnya sesama *Korea Lovers* sering jalan bersama dan mencari DVD Korea untuk dikoleksi. Saat hari-hari biasa, Rini hanya mengonsumsi tayangan Korea maksimal dua jam. Namun, berbeda saat *weekend*, ia bisa tahan tujuh jam depan televisi untuk menonton.

⁹⁵ Diwawancarai pada 08/07/2014

Dari hanya sekedar mengonsumsi k-drama di televisi nasional dan membeli DVD film Korea, Rini merasa kurang puas. Rini pun meminta orang tuanya memasang tv berlangganan di rumahnya agar bisa dengan puas menyaksikan siaran Korea seperti KBS, SBS dan Arirang.

Setiap hari ia bisa kapan saja menyaksikan tayangan Korea melalui tiga stasiun tv tersebut. KBS dan SBS banyak menayangkan film dan drama Korea terbaru yang bahkan belum rilis di Indonesia. Sedangkan melalui Arirang ia banyak mengenal artis k-pop. Stasiun tv Arirang punya program musik “Pops in Seoul”. Melalui program ini Iga mendapatkan banyak referensi mengenai lagu-lagu Korea terutama *boy band* dan *girl band* Korea.

“Saya sangat suka program musik *Pops In Seoul*. Melalui acara ini saya jadi mengenal boy band FT. Island dan SHINee. Keduanya merupakan *boy band* favorit saya. Selain lagunya asyik, dancinya juga keren. Saya suka mempraktekkan dance mereka tapi tidak pernah berhasil, mungkin karena badan saya kaku dan tidak terbiasa dengan hal ini.”⁹⁶

Saking sukanya dengan FT.Island dan SHINee, Iga mengoleksi berbagai hal mengenai boy band favoritnya tersebut, mulai dari pin, tas, kipas, *note book* dan poster. Ia mengaku menghabiskan sekitar 60% uang jajannya untuk membeli barang-barang tersebut. Bukan hanya mengoleksi benda-benda bergambar idolanya, ia juga suka meniru gaya berpakaian artis Korea.

“Saya suka fashion artis Korea, tapi tidak semuanya bisa saya pakai. Berhubung saya jauh dari kesan feminine, saya hanya meniru beberapa mode pakaian mereka yang biasa mencerminkan diri saya yang tomboy ini.”⁹⁷

Rini bisa dibilang sangat *mobile* dengan sarana internet. Melalui situs internet, ia selalu *up-date* mengenai perkembangan idolanya tersebut. Kegemarannya *surfing*

⁹⁶ Diwawancarai pada 26/06/2014

⁹⁷ Diwawancarai pada 26/06/2014

internet membuatnya mengenal fandom Primadona yang merupakan basis penggemar FT.Island.

“Saat surfing di internet saya mendapatkan artikel mengenai keberadaan fandom FT. Island yaitu Primadona yang ada di Makassar. Lalu, saat itu juga saya mengajak teman saya ikut bergabung dengan fandom tersebut.”⁹⁸

Setelah resmi bergabung dengan Primadona, Rini jadi punya banyak kenalan.

Dari info sesama rekan *fandom*, Ia tahu kalau di Makassar sudah ada sekitar tujuh fandom resmi.

“Sejak bergabung di Primadona saya jadi lebih banyak kenalan. Mereka adalah teman berbagi dan bertukar cerita tentang berbagai hal mengenai Korea terutama FT.Island. Di sini saya punya banyak *onnie-onnie* baru dan banyak dapat info-info penting seputar Korea. Dari mereka juga saya tahu kalau banyak fandom lain yang sudah resmi terbentuk, salah satunya adalah Shawol. Shawol merupakan nama basis penggemar untuk *boy band* SHINee. Kebetulan saya juga sangat suka dengan *Boy band* yang satu ini. Jadi, saat saya mengetahui Shawol mengadakan *gathering*, saya memutuskan untuk bergabung juga. Jadi, saat itu saya memegang dua kartu keanggotaan *fandom*.”⁹⁹

Menjadi bagian dari sebuah komunitas penggemar Korea adalah kebanggaan tersendiri buat Rini.

b) Pembahasan

Serban budaya pop Korea dari berbagai media mengakibatkan para penggemarnya terhegemoni. Mereka merasa bahwa budaya pop Korea memang suatu hal yang mereka inginkan, sesuatu yang ideal, yang mereka butuhkan. Mereka tidak merasakan bahwa sebenarnya pihak kapitalis telah memanfaatkan mereka dengan menciptakan kesadaran-kesadaran palsu tersebut. Mereka merasa nyaman-nyaman

⁹⁸ Diwawancarai pada 26/06/2014

⁹⁹ Diwawancarai pada 26/06/2014

saja mengonsumsi budaya pop Korea sehingga terbentuklah hubungan simbiosis mutualisme antara penikmat budaya pop Korea dengan pemilik media.

Secara umum hegemoni atau dominasi menurut West dan Turner dapat didefinisikan sebagai pengaruh kekuasaan atau dominasi dari sebuah kelompok sosial terhadap yang lain. Pada penelitian ini dominasi yang diambil berasal dari dominasi budaya Korea yang dihususkan pada musik Korea. Pengaruhnya sudah sangat besar di Indonesia khususnya industry hiburan.

Dalam hasil penelitian terdapat tingkatan dominasi Gramsci yaitu tingkatan hegemoni integral dan hegemoni merosot. Hegemoni integral yaitu hegemoni yang ditandai dengan afiliasi massa yang mendekati totalitas. Hal ini tampak dari hubungan yang berkuasa dan yang dikuasai. Pada tingkatan ini musik Korea masuk ke Indonesia melalui media massa. Youtube adalah salah satu bentuk media massa tersebut. Pemerintah Korea yang merupakan orang dibalik penyebarluasan budaya korea melalui media massa mulai memberikan informasi-informasi mengenai Korea dengan drama Korea dan musik Korea. Pada kedua produk Korea tersebut ditampilkan baju-baju yang dipakai, tatanan rambut yang digunakan, kebiasaan sehari-hari masyarakat Korea yang menyukai kimchi, pakaian adat korea hingga obyek wisata di Korea. Hegemoni yang merosot adalah kemerosotan yang disebabkan metalitas massa yang tidak selaras dengan pemikiran yang dominan dari subjek hegemoninya. Kehadiran musik Korea sebagai budaya modern pada penggemar musik Korea yang merupakan mahasiswa UIN Alauddin Makassar secara tidak sadar telah menggeser budaya tradisional dan budaya bangsa sendiri.

Perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungannya dan sebaliknya perilaku individu yang muncul juga dapat mempengaruhi lingkungannya. Individu belajar dengan mengobservasi orang lain, baik secara sengaja maupun tidak. Proses

tersebut dikenal dengan modeling atau belajar melalui peniruan¹⁰⁰. Teori peniruan hampir sama dengan teori identifikasi, yaitu memandang manusia sebagai makhluk yang selalu mengembangkan kemampuan afektifnya. Pilihan seseorang akan suatu model dipengaruhi oleh beberapa factor seperti usia, jenis kelamin, status dan kemiripan dengan seseorang. Dalam proses pengimitasian terdapat empat factor yang dilakukan dalam mengimitasi orang lain menurut Albet Bandura¹⁰¹. Yang pertama yaitu perhatian. Individu tidak akan bisa meniru jika tidak memberikan perhatian kepada objek yang ditirunya. penggemar musik Korea tidak mungkin dinamakan penggemar musik Korea jika mereka tidak mengetahui seluk beluk dunia musik korea. Mereka yang menamai diri mereka penggemar musik Korea setidaknya telah mengetahui dengan baik tokoh musik Korea yang diidolakan, kebanyakan penggemar Korea tergabung dalam beberapa komunitas musik Korea, para penggemar Korea juga memiliki koleksi pernak pernik yang berhubungan dengan kegemarannya. Meskipun tidak semua penggemar Korea mempelajari bahasa Korea, tapi beberapa informan dalam penelitian ini mengetahui dan mempelajari bahasa Korea utamanya bahasa korea untuk penggunaan sehari-hari. Yang kedua yaitu, Mengingat. Maksudnya adalah individu yang memperhatikan harus merekam apa yang ingin ditiru dalam sistem ingatannya. Beberapa informan seperti Putri dan Rini memiliki ribuan koleksi video foto dan lagu artis idola di laptop mereka, terkhusus untuk lagu, keduanya menghafal setiap lirik lagu Korea. Cara ini dilakukan agar meningkatkan identitas ke-korea-an mereka. Selain itu informan Putri berfikir dengan cara ini dirinya bisa mempelajari dengan banyak kosakata bahasa Korea. Yang ketiga yaitu reproduksi gerak, setelah mengetahui mengetahui atau mempelajari apa yang ingin

¹⁰⁰Rahkmat 2007 h,216.

¹⁰¹Alwisol 2011 h,293

ditiru, informan dapat menunjukkan kemampuannya atau menghasilkan apa yang disimpannya dalam bentuk tingkah laku. Informan Firman misalnya. Kesukaannya kepada musik Korea membawanya menjadi seorang *dance Cover*. Memiliki sebuah kelompok tari yang pada saat-saat tertentu diundang untuk melakukan *performance* di beberapa gathering yang diadakan *fandom-fandom* di Makassar. Firman meniru gerakan tari Boyband Korea yang diidolakannya. Dulunya firman hanya melakukannya untuk diri sendiri tapi ketika seorang teman menawarkannya untuk membuat kelompok tari khusus meniru gerakan tari milik Boyband Korea Firman tidak melewatkan kesempatan itu. Anis dan Anisa kedua informan ini memiliki ketertarikan yang sama di bidang Fashion. Yang membedakan diantara kedua penggemar musik Korea ini adalah Anis biasa menggunakan fashion Korea ke kampus beserta atributnya, Anis merasa dengan menggunakan atribut Korea Anis akan merasa lebih percaya diri dan Fashionable, selain itu orang lain atau teman-teman kampusnya akan tahu dengan mudah bahwa Anis adalah seorang penggemar musik Korea. Dengan kata lain, Informan Anis melakukan proses imitasi yang ketiga ini untuk menunjukkan identitas dirinya sebagai penggemar musik Korea. Tidak ada perasaan takut ataupun malu dalam dirinya jika orang lain menganggapnya sebagai orang yang fanatik terhadap budaya Korea. Jika Anis dengan bangga menggunakan atribut Korea ke kampus, Nisa lebih memilih menggunakan atribut Korea baik pernak pernik, aksesoris ataupun gaya berpakaian hanya pada momentum tertentu seperti ketika bertemu sesama penggemar musik Korea atau ketika jalan bersama teman. Nisa tidak pernah memakai fashion yang berlebihan ketika berada di kampus. Untuk hal tersebut Nisa berpendapat bahwa tidak semua gaya berbusana cocok dipakai pada semua jenis tempat, acara dan kondisi. Nisa mencoba mematuhi dan menghormati visi misi kampusnya sebagai kampus berlandaskan Islam dengan tidak menggunakan

gaya berbusana yang berlebihan. Proses imitasi selanjutnya adalah Motivasi, ini merupakan penggerak individu untuk terus melakukan sesuatu. Keempat belas informan dalam penelitian ini kompak untuk terus mencari informasi tentang idola musik Korea mereka, berdasarkan kebutuhan mereka masing-masing karena tidak semua keempat belas informan memiliki kebutuhan yang sama. Informan Rini misalnya menyukai musik Korea tapi ia menjadikan musik Korea sebagai hiburan dalam aktivitasnya berbeda dengan Putri yang aktif dalam komunitas. Putri merupakan seorang admin dalam komunitas. Tugas besar seorang admin adalah tidak pernah melewatkan informasi penting dari para artis idola untuk di sebar kepada para anggota komunitas baik itu melalui media sosial ataupun dalam bentuk nyata.

Dalam menganalisis informan pada level individu peneliti menggunakan analisis skala mikro. Kita dapat melihat bagaimana ideologi Korea disebarkan dalam bentuk produk hiburan (*ideational system*) melalui media massa. Keempat belas informan yang diteliti adalah generasi-generasi yang lahir pada era munculnya televisi swasta di Indonesia. Dimana mereka sejak lahir telah disajikan aneka informasi yang beragam. Meskipun mereka sadar bahwa tujuan utama penyebaran budaya pop Korea adalah dalam sektor ekonomi dengan membentuk suatu kesadaran palsu, namun mereka tetap saja menganggap bahwa semua itu sangat berguna dalam kehidupan mereka.

Bagi peneliti, penggemar budaya pop Korea hanya bisa dikategorikan menjadi *dominant reader* dan *negotiated reader* saja. Sebab untuk *oppositional reader* terhadap budaya pop Korea tentunya tidak akan terhegemoni oleh budaya pop Korea, karena mereka adalah orang-orang yang sepenuhnya menolak mitos-mitos dan peran yang disediakan oleh budaya pop Korea yang disebarkan melalui media, karena mereka telah terhegemoni oleh budaya lain.

1. Analisis Skala Meso

Dilihat dari skala meso, Para penggemar budaya musik Korea menempatkan dirinya sebagai sub kultur. Pengertian sub kultur Secara sosiologis, adalah sekelompok orang yang memiliki perilaku dan kepercayaan yang berbeda dengan kebudayaan induk mereka. Subkultur dapat terjadi karena perbedaan usia anggotanya, ras, etnisitas, kelas sosial, dan/atau gender, dan dapat pula terjadi karena perbedaan aesthetik, religi, politik, dan seksual; atau kombinasi dari faktor-faktor tersebut.¹⁰²

Dimana mereka mendapatkan banyak dukungan dalam kelompok tersebut karena memiliki selera yang sama. Dalam sub kultur budaya pop Korea, para penggemar menganggap budaya pop Korea adalah sesuatu yang pantas untuk mereka dan sangat dibutuhkan. Bahkan mereka menjadikan kebutuhan akan pemenuhan budaya pop Korea menjadi salah satu prioritas utama dalam hidup.

Serbuan budaya pop Korea juga semakin meluas dengan gencarnya media menayangkan tayangan Korea belum lagi acara musik Indonesia menyiapkan tangga lagu khusus Korea dalam acaranya. Radio juga ikut-ikutan membuat program *chart* tangga lagu Korea. Belum lagi acara festival Korea yang hampir setiap tahunnya diadakan untuk mempromosikan kebudayaan Korea. Ini membuktikan semakin banyaknya peminat tayangan Korea di Indonesia.

Para penggemar budaya pop Korea merupakan sub kultur tersendiri dari remaja yang juga sudah dianggap sebagai sub kultur karena penciptaan gaya hidup

¹⁰²<http://en.wikipedia.org/wiki/Subkultur> diakses 20 juli 2014

dan perilaku khas dibandingkan umumnya masyarakat yang sesuai dengan minat mereka akan jenis-jenis budaya pop Korea.

Di Makassar sendiri terdapat beberapa komunitas penggemar budaya pop Korea yaitu, ELF Makassar (Suju), Sone (SNSD) , (SHINee), Triple S (SS501), V.I.P (Big Bang), Cassiopea (TVXQ)

2. Analisis Skala Makro

Di zaman media dan komunikasi tanpa kabel terlihat akselerasi dan intensifikasi globalisasi. Ini juga tidak lepas dari karakteristik teknologi media elektronik dan digital: komunikasi tanpa kabel dapat menjangkau lebih banyak khalayak dengan waktu lebih singkat. Teknologi internet juga mempermudah individu mendapatkan data yang sebelumnya tidak terjangkau. Teknologi mempercepat, mempermudah dan membuka saluran penyebaran budaya pop Korea sehingga ratusan situs yang didedikasikan pada tayangan hiburan Korea dapat beroperasi. Penggemar, baik berkelompok maupun pribadi, bebas menyebarkan dan mendapatkan informasi terkait dengan tayangan Korea.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian secara keseluruhan pembahasan yang terkait dengan Peran Youtube dalam memberikan informasi musik Korea terhadap gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar, dapat disimpulkan bahwa :

1. Peran Youtube sebagai media massa dalam memberikan informasi musik Korea sangat besar, media Youtube bukan hanya mampu memberikan informasi musik Korea tapi segala hal yang menyangkut dengan budaya populer Korea dapat ditemukan di Youtube. Bagi penggemar musik Korea media Youtube memiliki peran yang besar dalam menambah referensi pengetahuan mereka terhadap budaya pop Korea.
2. Kehadiran Youtube sebagai media yang cepat, lengkap dan mudah bagi para penggemar musik Korea memudahkan para penggemar untuk senantiasa mengakses informasi tentang musik Korea bahkan budaya pop korea lainnya di Youtube. Baik disadari ataupun tidak disadari oleh mereka kebiasaan ini membuat para penggemar musik Korea memiliki gaya hidup baru yang cenderung meniru gaya hidup para artis korea selatan, melahirkan sebuah identitas baru bagi diri mereka. Tetapi perubahan itu tidak terjadi disegala aspek. Penggemar musik Korea yang merupakan mahasiswa UIN Alauddin Makassar masih mematuhi dan menyadari nilai dan norma-norma sosial yang mereka terima dari keluarga.

B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini, maka ada beberapa hal yang perlu disarankan oleh peneliti untuk dijadikan sebuah pertimbangan di kemudian hari, yaitu :

1. Pentingnya sosialisasi terhadap melek media bagi semua lapisan masyarakat Indonesia bukan hanya mahasiswa UIN Alauddin Makassar saja. Sosialisasi dan pengenalan akan peran fungsi, dampak dari ,Media massa seperti Youtube sehingga Remaja khususnya tidak serta merta menerima semua konten yang disugukan media massa karena tidak semua konten media bersifat positif dan mendidik bagi khalayaknya.
2. Sudah saatnya UIN Alauddin Makassar untuk memasukkan pendidikan budaya kedalam mata kuliah wajib bagi mahasiswa. Agar mahasiswa bisa mengenal dengan baik dan dekat budaya leluhurnya budaya bangsa Indonesia. Banyak remaja atau mahasiswa sekaraang ini yang seolah buta akan budaya lokalnya sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku & Jurnal :

Al-Qur'anul Karim.

Adlin, Alfathri. *Resistensi Gaya Hidup : Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra, 2006.

Baran, Stanley J. *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*. California: Mayfield, 1999

Bungin, Burhan. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.

Changara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press 2005

Departemen Agama RI, *Al Qur'an Al karim dan Terjemahannya*. Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2012.

———, *Al Qur'an Al karim dan Terjemahannya*. Bandung: PT.Cordoba Internasional Indonesia, 2012.

Fiske, John. *Memahami Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.

———. *Cultural and communication studies sebuah pengantar paling komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra, 2011.

Gerungan. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama, 2010.

Hasan, Sandi suwardi. *Pengantar Cultural studies: Sejarah, Pendekatan konseptual dan isu menuju studi budaya kapitalisme lanjut*. Yogyakarta: Ar-Rusmedia, 2011.

Ibrahim, Idi Subandy. *Budaya populer sebagai komunikasi : Dinamika Popscape dan Mediascape di Indonesia kontemporer*, dengan kata pengantar oleh Dr. Marshall A. Clark. Yogyakarta: Jalasutra, 2007.

Komala Lukiati, *Ilmu komunikasi Perspektif, Proses, dan Konteks*. Padjajaran: Widya, 2007.

L.Rivers, William, dkk. *Media Massa dan Masyarakat Modern*, edisi kedua. Jakarta: Kencana, 2003.

Liliweri, Alo. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. Bandung: PT.LKis Pelangi Aksara, 2003.

Littlejohn, Stephen W_____.2009.*Teori Komunikasi*.Jakarta:Salemba Humanika

Machan, Tibor R. .*Kebebasan dan Kebudayaan: Gagasan Tentang Masyarakat Bebas*.Jakarta:Yayasan Obor Indonesia, 2006.

Machin, David_____.*Global Media Discourse: A Critical Introduction*.New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2007.

McLuhan, Marshall.*Understanding Media*.London:Routledge, 2001.

McQuail, Denis. *Teori Komunikasi massa: Suatu pengantar*(edisi kedua). Jakarta: Erlangga, 1996.

_____. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika, 2011.

Muharrominingsih, Diah Ika..*Konsumsi Tayangan Televisi Berlatar Budaya Lokal dalam Proses Konstruksi Identitas Etnis (Kasus Remaja Betawi di Jakarta Selatan)*. Volume V, Nomor 3, September-Desember, 2006.

Pawito. *Penelitian Komunikasi Kualitatif* Cet.2 Yogyakarta: LkiS Pelangi Aksara, 2008.

Piliang, Yasraf Amir..*Post-Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post Metafisika*.Yogyakarta:Jalasutra, 2010.

Ritzer, George. *Teori Sosiologi*.Bantul: Kreasi Wacana, 2004.

Rusbiantoro, Dadang. *Generasi MTv*.Yogyakarta:Jalasutra, 2008

Setiowati, Endang..*Imperialisme Budaya dan Pembentukan Identitas: Kajian Terhadap Fanatisme Remaja Pada Budaya Pop Jepang*.Jurnal Komunikasi Universitas Indonesia. Volume VII, Nomor 3,September-Desember. 2008

Severin J, Werner.James W. Tankard,Jr. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*.Jakarta : Kencana, 2007.

Storey, John. *Cultural Studies dan kajian budaya pop,pengantar komprehensif teori dan metode*. Yogyakarta: jalasutra, 2010.

Storey, John.2003.*Teori Budaya dan Budaya Pop*.Yogyakarta: Qalam

_____. *Teori Budaya dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Qalam, 2004.

_____.2007.*Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*.Yogyakarta:Jalasutra

Strinati, Dominic. *Populer Culture pengantar menuju teori*. Yogyakarta: PT Bnetang Pustaka, 2004.

Subandy Ibrahim, Idi. *Lifestyle Ectasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta: Jalasutera, 2005

Subiakto, Henry. Rachmah Ida. *Komunikasi Politik,Media,dan demokrasi*. Jakarta: Kencana, 2012.

Sugiono, Anas. *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.

UIN Alauddin. *Panduan Penerimaan Mahasiswa Baru 2010/2011*. Makassar, 2010.

Vivian, John..*Teori Komunikasi Massa*.Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.

Williams, Raymond. *Keywords*. London : Fontana, 1976.

Wiryawan, Hari. *Dasar-Dasar Hukum Media*.Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 2008.

Sumber Online:

Alifgd, “Perspektif Komunikasi menurut Stephen Little John”

,<http://www.AlifgdWeblog.com>.(26 Januari 2014).

http://id.wikipedia.org/wiki/Korea_Selatan (26 Januari 2014)

<http://ancheaep.blogspot.com/2013/05/makalah-pengaruh-media-massa-terhadap.html> (5 Februari 2014).

repository.ui.ac.id/. (2 Februari 2014).

dglb.uns.ac.id/. (2 Februari 2014).

repository.library.uksw.edu.(2 Februari 2014)

Sumber Media Cetak:

Suwarna, Budi. “Gelombang Korea Menerjang Dunia.” *Kompas*, (15 Januari 2012).

Pedoman Wawancara penelitian tentang

**PERAN YOUTUBE DALAM MENYAJIKAN INFORMASI MUSIK KOREA
TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

Nama informan : _____

Umur : _____

Jenis Kelamin : _____

Fakultas/Jurusan : _____

Semester : _____

Indikator pertanyaan wawancara :

1. Mengetahui seberapa besar Mahasiswa UIN Alauddin Makassar menggunakan Youtube sebagai media informasi
2. Mengetahui ketertarikan Mahasiswa UIN Alauddin Makassar terhadap Musik korea
3. Melihat peran youtube dalam mempengaruhi gaya hidup mahasiswa UIN Alauddin Makassar
4. Melihat bentuk nyata pengaruh musik pop korea di Youtube pada keseharian mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Daftar pertanyaan wawancara :

Youtube

- 1.1. Apakah anda mengetahui dan mengakses informasi dari Youtube ?
- 1.2. Apakah anda mengetahui youtube sebagai salah satu media informasi yang ada di internet ?
- 1.3. Seberapa sering anda menggunakan youtube sebagai media untuk mencari informasi yang anda butuhkan ?
- 1.4. Dimana biasanya anda mengakses informasi dari Youtube ?
- 1.5. Apa yang anda ketahui seputar Youtube ?
- 1.6. Apa alasan anda menjadikan Youtube sebagai media mencari informasi selain Koran, Majalah dan TV ?
- 1.7. Selain youtube apakah anda menggunakan media lain yang setara dengan youtube untuk menemukan informasi yang anda butuhkan ?
- 1.8. Informasi apa saja yang biasanya anda akses di Youtube ? Apakah dalam menyajikan informasi sudah sesuai dengan keinginan anda ?

- 1.9. Menurut anda apa kelebihan youtube di banding media yang lain dalam menyajikan informasi?
-

Musik Korea :

- 2.1. Apakah anda menggemari Musik Korea ?
2.2. Seberapa besar kesukaan anda terhadap Musik Korea ?
2.3. Apakah anda hanya sekedar menyukai atau terkesan fanatik terhadap Musik Korea ?
2.4. Jelaskan keunggulan Musik Korea yang membuat anda tertarik mau mendengarkan secara terus menerus ?
2.5. Apa yang membedakan Musik Korea dan Musik lainnya yang pernah anda dengar sebelumnya ?
2.6. Seberapa sering anda mendengarkan/menonton/mengakses informasi Musik Korea favorit anda dalam sehari ?
2.7. Siapa Artis Korea yang anda paling idolakan ?
2.8. Kenapa anda sangat mengidolakan orang-orang tersebut ?
2.9. Berapa banyak koleksi yang anda punya tentang Musik korea favorit anda ?
2.10. Apakah anda menghafal semua lagu dan album Musik Korea favorit anda ?
2.11. Apakah anda memiliki fans club/komunitas dan semacamnya yang berhubungan dengan Musik korea ?
2.12. Apa jabatan anda dalam fans club/komunitas itu ?
-

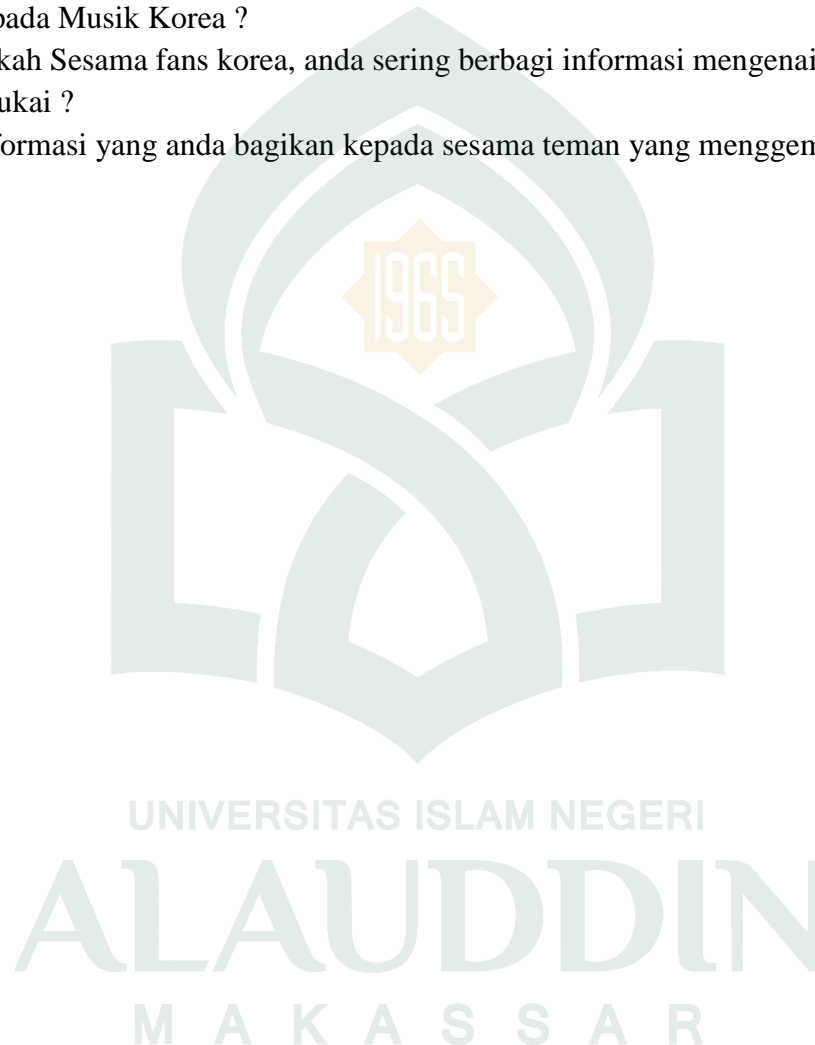
Youtube & Musik Korea :

- 3.1. Menurut anda, apa keunggulan Media Youtube sebagai sebuah sarana menemukan informasi Musik Korea ?
3.2. Akuratkah semua informasi tentang Musik Korea yang anda akses melalui Youtube ?
3.3. Selain mengakses informasi, apakah anda juga menggunakan Youtube untuk mengupload video Musik Korea atau yang berkaitan dengan itu ?
3.4. Seberapa sering anda dalam sehari mengakses informasi Musik Korea di Youtube ?
3.5. Dimana biasanya anda mengakses youtube dan seberapa lama anda menghabiskan waktu untuk mengakses informasi Musik Korea di youtube ? Selain Musik Korea apakah anda juga mengakses informasi Budaya Korea ?
3.6. Seberapa seringkah anda mengakses Youtube hingga melupakan sholat lima waktu dan aktivitas penting lainnya ?
-

Gaya Hidup

- 4.1. Ketika anda kekampus, apakah cara berpakaian anda meniru atau menyesuaikan cara berbusana idola korea favorit anda ?
4.2. Apakah anda termasuk mahasiswa yang *up to date* terhadap perkembangan *fashion* ?

- 4.3. Menurut anda, apakah anda sudah merasa *fashionable* jika cara berbusana anda mengikuti trend yang ada di korea, yang diperlihatkan oleh para pemusik korea yang anda favoritkan tersebut ?
- 4.4. Ketika menggunakan atribut Korea ke kampus, apakah anda merasa *Fashionable* sehingga itu menunjukkan jati diri anda sebagai penggemar Musik Korea ?
- 4.5. Apakah anda sering menggunakan bahasa korea (*hangul*) dalam percakapan sehari-hari ?
- 4.6. Bisakah anda mencontohkan bahasa korea yang sering anda ucapkan ?
- 4.7. Apakah ruang lingkup pertemanan anda terbatas pada teman yang memiliki kesukaan yang sama pada Musik Korea ?
- 4.8. Jika ya, apakah Sesama fans korea, anda sering berbagi informasi mengenai musik korea yang anda sukai ?
- 4.9. Apa saja informasi yang anda bagikan kepada sesama teman yang menggemari Musik Korea ?



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Assalamu alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama :

Usia :

Jurusan :

Fakultas :

Dengan ini menerangkan bahwa saudara :

Nama : Lily Fadhliah SM

Nim : 50700110033

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Semester : VIII (Delapan)

Telah melakukan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

Peran Youtube dalam Menyajikan Informasi Musik Korea terhadap Gaya Hidup

Mahasiswa UIN Alauddin Makassar

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum wr.wb.

Samata, 2014

Narasumber

RIWAYAT HIDUP



Lily Fadhlihah Safitrah Mambani, lahir di Kabupaten Selayar Sulawesi Selatan pada hari Selasa, tanggal 31 Maret 1992. Penulis dibesarkan dalam keluarga yang sederhana dari seorang ayah yang bijaksana dan tegas, bernama H.Dg. Mambani, Spd.,M.m dan ibu bernama Hj. Nursyamsi, Spd. Penulis merupakan pertama dari dua bersaudara.

Tahun 1998-2004, penulis memulai pendidikan di SDN 1 Benteng Kab Selayar dan tamat pada tahun 2004. Di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 1 Benteng dan lulus pada tahun 2007. Selanjutnya penulis masuk di SMA Negeri 1 benteng Selayar dan tamat pada tahun 2010. Kemudian pada tahun yang sama menempuh pendidikan ke tingkat Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, Program Strata Satu (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Saat ini, penulis masih aktif bekerja di sebuah radio swasta bernama Radio Syiar FM dan Forum Lingkar Pena Makassar. Penulis juga merupakan *Volunteer* dalam komunitas anak jalanan Makassar, SSCM (*Save Street Child Makassar*).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R